

# another

## ¿Es el podcast la nueva radio?

Desde el popular dicho “*print is dead*”, que supuestamente sentenciaba el destino de la prensa escrita, muchas analogías sobre otros medios de comunicación tradicionales también se han hecho, diciendo, por ejemplo, que la televisión sería sustituida por el *streaming* o que la radio está cediendo la estafeta al **podcast**, que en años recientes ha cobrado mayor importancia como canal de difusión.

Últimamente, y en el marco del **Día Internacional de la Radio** (13 de febrero), la discusión con respecto a la “muerte de la radio”, o la sustitución por nuevas tecnologías sonoras, está más fuerte que nunca. Sin duda, es cierto que Internet cambia todo lo que toca, y la radio no es, para nada, la excepción: el *streaming* de contenido sonoro es cada vez más popular e irrumpió mediante lo que conocemos como [podcast](#).

La expansión que alcanzó este medio desde su aparición le dio la posibilidad a muchas personas de redescubrir el mundo del contenido sonoro. Sobre todo porque puede ser escuchado en cualquier parte y toca temas que quedan por fuera de la radio tradicional.

Sin embargo, los contextos nacional y mundial no abandonaron a la radio a su suerte: en la era de las redes sociales, **éste no es un medio obsoleto**. Incluso sigue siendo el medio de comunicación más utilizado en el mundo. Además, ha demostrado que se puede adaptar fácilmente a situaciones de crisis. Un ejemplo: durante el inicio de la COVID-19, la radio ha vuelto a destacarse como medio esencial para organizar, en todo el mundo, acciones solidarias con el fin de disminuir [las consecuencias de la pandemia](#). Entonces, la respuesta es “no”, la radio no ha muerto y el *podcast* no tomará su lugar.

## ¿Por qué la radio sobrevive?

Desde su creación en 1909, la radio ha sido el medio de comunicación más masivo, ya que tiene la gran ventaja de llegar hasta los lugares más recónditos, siendo accesible a personas de todas las razas y estratos sociales. Pese a la llegada de las nuevas tecnologías, la radio sigue siendo la plataforma más poderosa, dinámica, participativa y versátil para que todas las personas hagan escuchar sus voces desde una perspectiva amplia y diversa.

Es así que, en lugar de hablar de una sustitución, ¿por qué no mejor hablar de dos medios que pueden complementarse y crecer por medio de sus diferencias? La diferencia temporal es un factor súper importante para pensar que ambos no son para nada iguales. Aquí te compartimos algunas diferencias básicas entre la radio tradicional y lo que algunos siguen optando por llamar la “nueva radio”, es decir, el podcast:

- La señal de la radio es local, con restricciones legales, geográficas y tecnológicas debido a su medio de transmisión. El podcast es internacional, sin estas limitaciones.
- La radio se dirige a una audiencia amplia; los podcasts van a una audiencia de nicho.
- La radio ofrece mayormente entretenimiento e información del momento. El podcast ofrece contenidos temáticos más especializados que añaden un valor único y específico.

# another

- En la radio, el director de programación decide el formato y tipo de contenidos que un productor debe seguir. En el podcast, el productor o quien mantiene el formato decide cómo personalizar el contenido de acuerdo con la reacción de la audiencia.
- En la radio, el mantenedor es la atracción principal para el oyente. En el podcast, los títulos de cada episodio son un gancho clave que atrae al escucha.
- En la radio algunos creen que la comunidad no trae “ratings”. En el podcast, el foco está puesto en crear comunidades.
- La radio se escucha por segmentos; los podcasts se escuchan completos, en una sola emisión.

En resumen, la radio vive, y vive más fuerte que nunca, no sólo como uno de los medios de mayor alcance a nivel mundial, sino también, hablando de estrategias propias de la comunicación estratégica, como un canal que brinda mayor reputación a voceros, ya que aún sigue siendo más relevante presentarse en un programa de radio ya establecido que en un podcast. Pero los géneros no están peleados, ni uno ha derrotado al otro. En este ecosistema, la coexistencia es posible y tanto la radio como el podcast son muestra de ello.

Si buscas posicionar tu marca en alguno de estos medios -o en ambos-, platica con nosotros y con gusto te ayudaremos a plantear la mejor estrategia. [Da clic aquí](#) para comunicarte con alguno de nuestros especialistas. En **another** te estamos esperando.

# another

VERSÃO PT

## O podcast é o novo rádio?

Desde el popular dicho “*print is dead*”, que supuestamente sentenciaba el destino de la prensa escrita, muchas analogías sobre otros medios de comunicación tradicionales también se han hecho, diciendo, por ejemplo, que la televisión sería sustituida por el *streaming* o que la radio está cediendo la estafeta al **podcast**, que en años recientes ha cobrado mayor importancia como canal de difusión.

Últimamente, y en el marco del **Día Internacional de la Radio** (13 de febrero), la discusión con respecto a la “muerte de la radio”, o la sustitución por nuevas tecnologías sonoras, está más fuerte que nunca. Sin duda, es cierto que Internet cambia todo lo que toca, y la radio no es, para nada, la excepción: el *streaming* de contenido sonoro es cada vez más popular e irrumpió mediante lo que conocemos como [podcast](#).

La expansión que alcanzó este medio desde su aparición le dio la posibilidad a muchas personas de redescubrir el mundo del contenido sonoro. Sobre todo porque puede ser escuchado en cualquier parte y toca temas que quedan por fuera de la radio tradicional.

Sin embargo, los contextos nacional y mundial no abandonaron a la radio a su suerte: en la era de las redes sociales, **éste no es un medio obsoleto**. Incluso sigue siendo el medio de comunicación más utilizado en el mundo. Además, ha demostrado que se puede adaptar fácilmente a situaciones de crisis. Un ejemplo: durante el inicio de la COVID-19, la radio ha vuelto a destacarse como medio esencial para organizar, en todo el mundo, acciones solidarias con el fin de disminuir [las consecuencias de la pandemia](#). Entonces, la respuesta es “no”, la radio no ha muerto y el *podcast* no tomará su lugar.

### ¿Por qué la radio sobrevive?

Desde su creación en 1909, la radio ha sido el medio de comunicación más masivo, ya que tiene la gran ventaja de llegar hasta los lugares más recónditos, siendo accesible a personas de todas las razas y estratos sociales. Pese a la llegada de las nuevas tecnologías, la radio sigue siendo la plataforma más poderosa, dinámica, participativa y versátil para que todas las personas hagan escuchar sus voces desde una perspectiva amplia y diversa.

Es así que, en lugar de hablar de una sustitución, ¿por qué no mejor hablar de dos medios que pueden complementarse y crecer por medio de sus diferencias? La diferencia temporal es un factor súper importante para pensar que ambos no son para nada iguales. Aquí te compartimos algunas diferencias básicas entre la radio tradicional y lo que algunos siguen optando por llamar la “nueva radio”, es decir, el podcast:

- La señal de la radio es local, con restricciones legales, geográficas y tecnológicas debido a su medio de transmisión. El podcast es internacional, sin estas limitaciones.
- La radio se dirige a una audiencia amplia; los podcasts van a una audiencia de nicho.

# another

- La radio ofrece mayormente entretenimiento e información del momento. El podcast ofrece contenidos temáticos más especializados que añaden un valor único y específico.
- En la radio, el director de programación decide el formato y tipo de contenidos que un productor debe seguir. En el podcast, el productor o quien mantiene el formato decide cómo personalizar el contenido de acuerdo con la reacción de la audiencia.
- En la radio, el mantenedor es la atracción principal para el oyente. En el podcast, los títulos de cada episodio son un gancho clave que atrae al escucha.
- En la radio algunos creen que la comunidad no trae “ratings”. En el podcast, el foco está puesto en crear comunidades.
- La radio se escucha por segmentos; los podcasts se escuchan completos, en una sola emisión.

En resumen, la radio vive, y vive más fuerte que nunca, no sólo como uno de los medios de mayor alcance a nivel mundial, sino también, hablando de estrategias propias de la comunicación estratégica, como un canal que brinda mayor reputación a voceros, ya que aún sigue siendo más relevante presentarse en un programa de radio ya establecido que en un podcast. Pero los géneros no están peleados, ni uno ha derrotado al otro. En este ecosistema, la coexistencia es posible y tanto la radio como el podcast son muestra de ello.

Si buscas posicionar tu marca en alguno de estos medios -o en ambos-, platica con nosotros y con gusto te ayudaremos a plantear la mejor estrategia. [Da clic aquí](#) para comunicarte con alguno de nuestros especialistas. En **another** te estamos esperando.