



**Nombre de alumno: Celeste Díaz Bermúdez**

**Nombre del profesor: Jose de Jesus Arguello Contreras**

**Nombre del trabajo: Ensayo Unidad III**

**Materia: Producción de Audio**

**Grado: 8°**

**Grupo: u**

## **Ensayo, Géneros y Formatos**

El sentido del oído ha sido una parte importante en el desarrollo del ser humano y sus civilizaciones. Del escuchar y hablar proceden lo que intuimos que serían los primeros indicios de la comunicación. El lenguaje hablado ha evolucionado junto al hombre desde tiempos inmemoriales, su cambio constante y su fácil intercambio y recepción han hecho de él una parte esencial del comunicar en una gran variedad de niveles y medios.

Antes del gran desarrollo tecnológico, el lenguaje oral podía llegar a ser poco confiable como un medio de replicar, perpetuar y eventos, historias, noticias; la retención de los detalles que es posible recordar y contar del mismo modo son demasiado cambiantes, incluso si quien habla es el mismo narrador todas las veces.

Con la llegada de aparatos y medios que amplifican el alcance de la voz y son capaces de captarla y almacenarla para reproducirla nuevamente han cambiado bastante el concepto que se tiene sobre el sonido y su gran importancia e impacto cultural.

En cuestión de utilidad e impacto, muy especialmente a hoy día; lo más importante son los medios masivos de comunicación, que son aquellos que tendrán un alcance mayor tanto en su mensaje como en los lugares y las personas a las que este llega. Este mensaje es elaborado para públicos grandes, tomando en cuenta la diversidad de mentes y situaciones al que este llegara, debe de ser lo más claro, conciso y general posible. En una relación unidireccional e impersonal, pero óptima en muchos niveles para el dar a entender y conocer algo.

Estos medios son clasificados como impresos, sonoros, visuales, audiovisuales y multimedia. Como sus respectivos nombres indican, cada uno se desenvuelve e informa de un modo concreto usando herramientas distintas. Muy especialmente, los medios sonoros son los que utilizan al audio, voz y sonidos para externar un mensaje; y el medio sonoro masivo por excelencia es en definitiva la radio.

La radio es un medio masivo sonoro, pues con su propio lenguaje y estructura compone mensajes para un público grande y diverso, generalizado tan sólo lo suficiente para convertirlo en un producto y llegar a ellos como un público amplio. Como se ha indicado antes, su desarrollo está basado en el audio y la gran variedad de cosas que con este pueden hacerse y contarse; la radio hace uso de la música y sus diversos géneros, sintetizadores de voz, efectos de sonido y por supuesto, diferentes técnicas en el uso de la voz dependiendo del mensaje.

Una voz clara y atrayente hace la diferencia en un medio en el que no hay cabida a lo visual, y esta acompañada de un mensaje importante y bien redactado será lo que merme en los oyentes. Haciendo un uso completo de la herramienta de audio, la radio puede sintonizar hacia su público desde noticias instantáneas hasta óperas e historias en serie.

Sin embargo, la radio está viendo algunos estragos en el mundo actual. El tipo de público, la cantidad de oyentes y otros factores demográficos de su público hacen que nos replanteemos la utilidad y alcance de este medio, especialmente cuando sus programas pueden ser consultados de forma sencilla en las redes de internet.

De primera instancia, esto comprueba que hay una brecha generacional bastante grande desde su creación y auge hasta el día hoy, con las nuevas generaciones y las tecnologías a las que estas están acostumbradas y junto con las que se han desarrollado y han aprendido a utilizar tan naturalmente como el usar cubiertos. Aunque generalmente no está falta de público y domina el medio en ciertos ambientes y situaciones, la radio se ve desfavorecida frente a los nuevos medios comunicacionales con los que la nueva generación ha crecido y los cuales están más a la mano. Las plataformas nuevas que dejan al alcance tanto el escuchar como el crear y publicar contenido variado es algo que le lleva ventaja en varios sentidos.

Aunado a esto, su carácter unidireccional no permite una real conexión y comunicación con su público, dejando un gran espacio para el no poder conectar ni opinar en relación al locutor, la información dada y demás. Igualmente, su falta de apoyo visual puede también resultar en una menor retención de la información en el público, y genera menos simpatía y reconocimiento en el mismo.

Sin embargo, la radio sigue prevaleciendo y es cierto que su utilidad puede verse de forma clara en sitios donde el internet y las señales inalámbricas son simplemente inaccesibles, tanto por su alcance como por cuestiones económicas. Por más que sea un poco más complejo encontrar una señal de radio, entender cómo funciona el estéreo o como grabar un programa en él; la radio no pide suscripciones ni pagos extras por el entretenimiento que brinda.

Así, el audio prevalece como un medio de comunicación increíblemente vasto y con un gran alcance que, junto a medios visuales, puede incluso cruzar las barreras del lenguaje mismo. Es importante mantener vivas estas herramientas y apreciar su valor más allá del que nos ofrece de manera directamente personal. Tanto la radio como otros medios que van siendo “olvidados” por un sector grande de las nuevas generaciones, siguen mostrándose tremendamente útiles, creativos y prevalentes de manera importante en la vida cotidiana actual.