
Monogràfic

Ràdio i continguts sonors.
Del mitjà analògic tradicional a la recerca
de nous models de negoci de l'àudio digital

Radio y contenidos sonoros.
Del medio analógico tradicional a la investigación
de nuevos modelos de negocio del audio digital

Radio and Audio Content.
From the Traditional Analog Medium to the Search
for New Business Models for Digital Sound

Editor convidat:

Toni Sellas (UdG)

Ràdio i continguts sonors. Del mitjà analògic tradicional a la recerca de nous models de negoci de l'àudio digital

Radio and Audio Content. From the Traditional Analog Medium to the Search for New Business Models for Digital Sound

Toni Sellas

Departament de Filologia i Comunicació, Universitat de Girona

La ràdio ha estat definida tradicionalment a partir de la seva naturalesa sonora i característiques com la flexibilitat, la immediatesa i la ubiqüitat. Aquestes fortaleces li han permès superar moments crítics al llarg de la història, però els canvis estructurals que s'han succeït en els darrers anys com a conseqüència de la digitalització i l'evolució tecnològica, entre altres factors, tornen a plantejar dubtes sobre l'evolució del mitjà. En aquest context, torna a ser necessari ampliar el camp de recerca en relació amb la ràdio. Una crida que Taachi ja feia l'any 2000 des de l'*International Journal of Cultural Studies* per analitzar un mitjà que "és allò que és en un moment donat, en un determinat context d'ús i de significació" (2000: 292).

L'heterogeneïtat en la implementació de la ràdio digital terrestre ha anat en paral·lel al desenvolupament d'altres opcions digitals que han fet possible noves formes de consum asíncron i una ràdio multiplataforma (Bonet, Fernández-Quijada i Ribes, 2011). La ràdio, que s'ha caracteritzat tradicionalment pel seu model de programació de flux, adopta també esquemes de tipus editorial (Bonet i Arboledas, 2011). Al mateix temps, perd l'exclusiva de la comunicació sonora i la digitalització genera alternatives com el podcàsting independent o serveis com iVoox, Spotify o Pandora (Meneses, 2012; Sellas, 2011). Els usuaris, a més, poden accedir a una extensa oferta d'àudio en mobilitat en els *smartphones* o les tauletes. La diversitat d'opcions va més enllà del factor tecnològic i planteja interrogants sobre nous models de negoci, en el context d'un retrocés de la inversió publicitària (Fernández Sande i Peinado, 2012) i d'envelliment de l'audiència de l'emissió hertziana (Albarran, Horst i Khalaf, 2007; Ferguson, Greer i Reardon, 2007).

Aquest número monogràfic de *Trípodos* explora les transformacions del sector radiofònic. El primer text, obra de David Fernández-Quijada, Montse Bonet i l'editor, ofereix una comparativa dels sistemes radiofònics de Catalunya i Gal·les en el marc dels estudis comparats de sistemes mediàtics, que han tractat poc les nacions sense estat. Els resultats exposen el rol central de la regulació i la llengua, així com la influència del nivell de subsidiarietat respecte del sistema estatal.

Els treballs següents exploren diversos elements relacionats amb l'evolució de la ràdio a internet. El segon article, que firma Nereida Cea, descriu el model de negoci i les fonts de finançament de la ràdio pública a la xarxa, a partir d'un estudi a escala europea. L'anàlisi posa de manifest una elevada continuïtat de les fórmules publicitàries tradicionals de la ràdio i un menor ús, encara, de noves vies d'ingressos.

La tercera proposta presenta els resultats d'una recerca sobre el coneixement i ús dels podcasts a Espanya i l'Amèrica Llatina. Maria Blanco, Alfonso J. López, Emma Roderó i Luis E. Corredera mostren un increment de la familiaritat dels usuaris d'internet amb el podcàsting, alternativa a la ràdio i, alhora, opció per a un consum asíncron i en mobilitat dels continguts radiofònics.

El text següent, obra de Lola Costa, analitza la creació i publicació de les llistes de reproducció a internet per part dels programes musicals i per les *bitcasters* públiques. L'interès de l'article rau en el tractament d'una qüestió molt específica que ha estat poc treballada en la recerca acadèmica i que incideix directament en la funció prescriptora del mitjà.

El darrer article del monogràfic s'endinsa en l'àmbit de la ràdio local a Catalunya, per estudiar-la des d'una perspectiva poc investigada. Sergi Solà i Josep Lluís Micó analitzen les feines i responsabilitats dels treballadors i dels col·laboradors, un treball que posa de manifest la complementarietat d'aquestes diferents figures en el funcionament quotidià de la ràdio de proximitat.

Són molts els reptes als quals s'enfronta el sector radiofònic, especialment quan manté encara un model de negoci basat en l'esquema analògic hertzià, mentre corre el risc de quedar-se enrere en l'exploració de noves vies vinculades a l'àudio digital. Aquest monogràfic vol contribuir a la reflexió sobre el mitjà, amb diferents perspectives que apunten a elements estructurals, econòmics, tecnològics o humans que incidiran en la capacitat de resposta de la ràdio als interrogants que té plantejats.

Bibliografia

Albarran, A.B.; Horst, J.; Khalaf, T. (2007). "What Happened to Our Audience? Radio and New Technology Uses and Gratifications Among Young Adult Users". *Journal of Radio & Audio Media*, 15(1), 4-25.

Bonet, M.; Fernández-Quijada, D.; Ribes, X. (2011). "The Changing Natures of Pu-

blic Service Radio: A case study of iCat fm". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2), 177-192.

Bonet, M.; Arboledas, L. (2011). "The European Exception: Historical Evolution of Spanish Radio as a Cultural Industry". *Media*

International Australia incorporating Culture and Policy Journal, 141, 38-48.

Fernández Sande, M.; Peinado, F. (2012). "La empresa radiofónica actual". A: Gallego, J.I.; García Leiva, M.T. (coords.). *Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI*. Madrid: Instituto rtve, 29-59.

Ferguson, D.A.; Greer, C.F.; Reardon, M.E. (2007). "Uses and Gratifications of MP3 Players by College Students: Are iPods More Popular than Radio?". *Journal of Radio & Audio*

Media, 4(2), 102-121.

Meneses, J.P. (2012). "About Pandora and Other Streaming Music Services: The New Active Consumer on Radio". *Observatorio (OBS*) Journal*, 6(1), 235-257.

Sellas, T. (2011). "Repositorios sonoros y prescripción de contenidos. El caso iVoox". *El profesional de la información*, 21(2), 206-209.

Taachi, J. (2000). "The Need for Radio Theory in the Digital Age". *International Journal of Cultural Studies*, 3(2), 289-298.

