

R@dio, Web-R@dio, App-R@dio... sonoesfera *on air* y *online*

Razón y Palabra

Resumen

La radio es el medio de comunicación que mejor se adapta a la evolución tecnológica de cada momento, innovación permanente de contenidos que impacta el tejido social y en el ecosistema digital modifica el modelo de negocio y la forma como el público confronta al medio radio. Entramado cultural en el que la estructura de la industria radiofónica está condenada a repensar sus rutinas productivas, eje narrativo, esquemas de transmisión y entorno de recepción; escenario en el que converge la antena con la r@dio, la web-r@dio, la app-r@dio y otras plataformas en las que circula el contenido sonoro y no sonoro que se ofrece a los oyentes–usuarios. Instancias que enfocan las dinámicas del quehacer al campo digital donde comienzan a describirse nuevas estrategias de marketing para una audiencia en pantalla; el libro “R@dio en la sonoesfera digital” evidencia la transformación de la industria sonora, adaptación al ecosistema digital de las audiencias, que despliega una táctica para propiciar un consumo 360º en donde se encuentra un lugar desde el que se cambia y evoluciona a una nueva realidad; el podcast como eje de contenido en la red revitaliza generos y formatos que se habían dejado de lado y dan vida, y relevancia, al sonido en el proceso de comunicación.

- Fecha de recepción: 10/03/20
- Fecha de aceptación: 20/04/20

Razón
y Palabra

Primera revista digital
en Iberoamérica
especializada en Comunicología



Esta obra está bajo licencia internacional
Creative Commons Reconocimiento 4.0



e-ISSN 1605-4806
Vol. 24, nº. 108, mayo-agosto 2020



Abstract

Radio is the means of communication that best adapts to the technological evolution of each moment, permanent content innovation that impacts the social fabric and in the digital ecosystem modifies the business model and the way the public confronts the radio medium. Cultural framework in which the structure of the radio industry is condemned to rethink its productive routines, narrative axis, transmission schemes and reception environment; scenario in which the antenna converges with the r@dio, the web-r@dio, the app-r@dio and other platforms where the sound and non-sound content that is offered to listeners-users circulates. Instances that focus the dynamics of the task to the digital field where new marketing strategies for an on-screen audience begin to be described; the book "R@dio in the digital sound sphere" evidences the transformation of the sound industry, adaptation to the digital ecosystem of audiences, which deploys a tactic to promote 360° consumption where a place is found from which it changes and evolves to a new reality; the podcast as the axis of content on the network revitalizes genres and formats that had been left aside and give life, and relevance, to sound in the communication process.

Resumo

O rádio é o meio de comunicação que melhor se adapta à evolução tecnológica de cada momento, a inovação permanente de conteúdo que afeta o tecido social e, no ecossistema digital, modifica o modelo de negócios e a maneira como o público confronta o meio de rádio. Estrutura cultural em que a estrutura da indústria do rádio

é condenada a repensar suas rotinas produtivas, eixos narrativos, esquemas de transmissão e ambiente de recepção; cenário em que a antena converge com o r@dio, o web-r@dio, o app-r@dio e outras plataformas em que circula o conteúdo sonoro e não sonoro oferecido aos ouvintes-usuários. Instâncias que focam a dinâmica da tarefa no campo digital em que novas estratégias de marketing para um público na tela começam a ser descritas; o livro "R@dio na esfera do som digital" evidencia a transformação da indústria do som, a adaptação ao ecossistema digital do público, que utiliza uma tática para promover o consumo de 360º, onde é encontrado um lugar do qual muda e evolui para uma nova realidade; o podcast como centro de conteúdo da rede revitaliza gêneros e formatos que foram deixados de lado e dão vida e relevância ao som do processo de comunicação.

El mundo globalizado de hoy está experimentando cambios a nivel comunicacional propiciados por la migración, convergencia e inminente evolución de los medios de difusión, e información, a una plataforma digital, lo cual genera una demanda de profesionales aptos para afrontar estos retos desde una perspectiva científica, social, humanística y tecnológica, de acuerdo con las exigencias de las audiencias, sus necesidades y la manera como la información se transfiere de un lugar a otro, y por medio de diversos canales que se entremezclan para generar una industria de comunicación integral; es decir, se está frente a la transformación del ecosistema comunicativo que exige comprender lo que está ocurriendo en el campo de la comunicación. Simbiosis que está dando origen a los medios digitales, en los cuales se generan otros modelos de comunicación basados en procesos interactivos, otras modalidades informativas, otros modos de narrar los datos, los hechos, las ideas y opiniones.

Modificación de los medios de comunicación en donde la radio se ha posicionado como un medio que informa, orienta y entretiene a los ciudadanos a través de los elementos propios del lenguaje sonoro; la radio es el medio de la imaginación, extensión de la voz humana y de la habilidad del hombre para expresar verbalmente y compartir con los demás la rica historia oral en la que se basan las sociedades contemporáneas. La radio, además de dispositivo mediático, se constituye en una práctica comunicativa que se instala en el escenario público ofreciendo diversas propuestas de intercambio comunicativo: información, música, arte, ensoñación, entretenimiento, entre otras. Propuestas que al mismo tiempo

desarrollan complejas relaciones con sus audiencias que se constituyen como tales a partir de procesos culturales y sociales.

En coherencia con lo anterior, Andrés Barrios Rubio, que se ha dedicado durante varios años a investigar la radio en el entorno digital y sus audiencias, propone a los lectores el libro “R@dio en la sonoesfera digital: Modelo de negocio y rutinas productivas de la industria sonora”. El autor, busca responder de manera coherente a los cambios comunicacionales y tecnológicos del mundo globalizado, haciendo énfasis en la apropiación de la tecnología e investigación como motor de la innovación y la generación de nuevas propuestas y paradigmas, en congruencia con las necesidades de las empresas del sector comunicacional que demandan altos niveles de indagación y apropiación crítica y creativa de los lenguajes y de la tecnología. El texto refleja el interés y la profundidad de los temas desarrollados sobre las nuevas tecnologías y su papel en los procesos de globalización y en las transformaciones que impactan a la sociedad, en los usos y consumos culturales de las TIC, en las formas de interacción de las personas mediadas por la tecnología informática, en los consumos culturales y de las transformaciones y su incidencia en los sistemas de producción de la radio.

- √ **La industria radiofónica en antena:** El punto de partida de este capítulo está en la necesidad latente conocer, desde sus diferentes bases, la estructura administrativa y operativa de la industria radiofónica, eje articulador para replantear un medio de comunicación ya existente en las dinámicas del ecosistema digital; transformación de la radio en una r@dio que incorpora a su quehacer el reto digital que plantea asumir nuevos lenguajes, rutinas

productivas, narrativas y plataformas de difusión que impactan el modelo de negocio. Esta primera parte del libro “R@dio en la sonoesfera digital” quiere sintetizar los elementos funcionales del medio radio, propuesta de creación de medios que invite a los lectores a tomar acciones concretas y poner manos a la radio.

- √ **La industria radiofónica inmersa en el ecosistema digital:** El punto de partida de este capítulo está en la diversificación técnica y estructural propiciada por las TIC al modelo radiofónico que ahora converge en la red y se ve abocado a involucrar en su quehacer las particularidades comunicativas de las redes sociales y las TIC al tiempo que las entremezcla con los conceptos tradicionales del medio. De la unidireccionalidad de la relación con las audiencias toma fuerza el paso a la bidireccionalidad en la que se eleva la capacidad de respuesta por parte de los usuarios.
- √ **Bifurcación del modelo de negocio y las rutinas productivas de la industria radiofónica: sonoesfera *on air* y *online*:** Este capítulo está sustentado en la transformación de la radio en los últimos años, el impacto de las tecnologías y la transformación de sus rutinas productivas. Elementos ampliamente investigados en diversos proyectos académicos y socializados a nivel nacional e internacional en eventos científicos. Identificación de ecosistemas radiofónicos que comparten elementos de operación, pero se diferencian por las particularidades del público, sus necesidades y la penetración de la tecnología, elementos que generan desigualdades y diferencias de acceso a la información.

Esta nueva publicación de Andrés Barrios Rubio, se convierte en un espacio más social, más interactivo y más participativo, con cabida para todos los agentes sociales, capaces de dar soporte y formar parte de una verdadera sociedad de la información, de la comunicación y/o del conocimiento; motivos que justifican los usos y consumos de las nuevas tecnologías, en las formas de interacción y en los consumos culturales, temas tratados con profundidad, que permiten la apropiación de la tecnología para mejorar la comunicación digital y sus audiencias a través de una enseñanza moderna, con nuevos enfoques y más contextualizada.

El libro *R@dio en la sonoesfera digital: Modelo de negocio y rutinas productivas de la industria sonora* tiene todos los insumos para entrar en discusión en las diferentes universidades, no solo en los programas de Comunicación Social – Periodismo sino en los posgrados del área digital y el espacio académico en general. Así mismo, es un texto que presta gran utilidad a los medios de comunicación en el análisis de mercados, estructurar su modelo de negocio y afrontar las nuevas rutinas productivas. Obra académica de sumo interés en el entorno mediático, las agremiaciones periodísticas y el mundo académico, no solo colombiano sino mundial.

Invitados a leerlo. Lo encuentran en Alfaomega Cloud:

<https://www.alfaomegacloud.com>

Razón
y Palabra

Primera revista digital
en Iberoamérica
especializada en Comunicología



Esta obra está bajo licencia internacional
Creative Commons Reconocimiento 4.0



e-ISSN 1605-4806
Vol. 24, nº. 108, mayo-agosto 2020

