

LIBROS

▼ Cinta Espino Narváez



Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos; Miguel Ángel Ortiz y Nereida López; Madrid, Fragua, 2011; 388 páginas

A lo largo del siglo XX, el sector de la comunicación es uno de los que más se ha transformado con la llegada de la Red y las nuevas tecnologías. Sin duda, estos avances en tecnología e informática han contribuido al desarrollo en la industria de las telecomunicaciones, en el que Internet ha sido el paso definitivo para que la forma y el funcionamiento en los medios terminen por cambiar totalmente, sobre todo en ese universo inmaterial en el que las informaciones se transmiten a velocidades impensables, llegando a sitios que jamás habríamos imaginado. Sería fácil pensar que con la llegada de la Red y las nuevas tecnologías, estos medios de comunicación de masas comenzasen a desaparecer, pero nada más lejos de la realidad. Estos medios han sabido adaptarse a las nuevas tecnologías y a Internet, para aprovecharlas sirviendo éstas como motor para su distribución y crecimiento. En este caso, los autores Miguel Ángel Ortiz y Nereida López se refieren al medio radio, segundo medio de comunicación más antiguo tras la prensa escrita, y de cómo aprovechan el sector de las tecnologías y las comunicaciones como esfuerzo innovador y potencial para transformar la realidad. Hablamos de un nuevo modelo de negocio y de una progresiva asunción de tecnologías, como vía de supervivencia de la radio entendida como tradicionalmente se ha hecho. La radio 3.0 es la radio de hoy, la radio del usuario, la de Internet, la de la convergencia, la de la pluralidad y la individualidad al mismo tiempo. Por ello los auto-

res también hacen referencia al perfil del oyente 3.0, que hacen a las empresas radiofónicas cambiar la forma de distribución de audio, debido al perfil de los mismos. Esto se convierte en todo un reto, usándose así herramientas como la radio a la carta, el podcasting, el streaming, la sindicación de conteni-

dos, los archivos RSS o las famosas redes sociales para captar nuevos adeptos. Estas herramientas creadas con la llegada de las nuevas tecnologías, multiplican la capacidad de movilidad, rompiéndose así la barrera espacio-temporal y permitiéndonos escuchar los audios cuando y donde queramos. Pero además, en la radio 3.0 el oyente también es productor y generador de contenidos mediante podcast que podrá colgar en la red, cambiando así las formas de consumo y producción radiofónica. El libro que aquí reseñamos está dividido en tres bloques de contenidos. El primero hace un recorrido por el panorama radiofónico actual, en 2011. Para ello se ha incidido en la transformación de la radio a través de las nuevas tecnologías, la radio en la web 3.0, un recorrido por la radio autonómica, las webs de las cadenas analógicas, la nueva organización de la producción o los nuevos modelos de negocio. El segundo bloque trata el paso de la radio 2.0 a la radio 3.0, e indica que el medio es el éxito. En este bloque se ha analizado la figura del comunicador, los géneros ficcionales en la radio web, las fórmulas de éxito en las especializaciones, las nuevas formas de participación en el medio y la topografía de los servicios sonoros en la red social. Y en el tercer y último bloque, se presenta una investigación en radio, además de presentar referentes y hacer propuestas para la reflexión. En esta última parte se explica el término «éxito durmiente» para la radio 3.0, se propone la licencia Creative Commons como eje vertebrador para estos medios, se estructura el mapa mental del discurso radiofónico en la web y se expone como podría engranar el poder político y la estructura radiofónica en esta convergencia de medios. La radio 3.0 se configura así como una radio más cercana al oyente-usuario, siendo ésta una solución a la supervivencia del medio con la llegada de las nuevas tecnologías e Internet: nuevas formas de producción distribución y consumo.