
Presentación

Presentamos una nueva edición de *Quaderns del CAC* con la voluntad renovada de seguir profundizando en el nivel de impacto de la revista, por lo que recuperamos la edición en lengua inglesa, que se suma a las ediciones en lengua catalana y castellana.

En este número 41 hemos querido acercarnos a la realidad de la radio y a los desafíos que afronta en un momento de reconfiguración del ecosistema comunicativo. La radio es un medio que jugó un papel protagonista en el sistema comunicativo del siglo xx. Su emergencia supuso la democratización del acceso a la información y la cultura de una magnitud sin precedentes. Su naturaleza acústica le permitió comunicarse en un código franco para todos los hablantes de cada lengua y, como consecuencia, millones de ciudadanos de todo el mundo, analfabetos o con bajos niveles de alfabetización, pudieron acceder a la información y a la cultura, un acceso que no tenían con los medios de matriz impresa. Toda una revolución. Su reinado en el universo de la comunicación de masas fue indiscutible. Jugó un rol central en la constitución de los estados modernos, como herramienta cultural y educativa, pero también como instrumento político e incluso como arma de guerra. Su aportación a la creación de la opinión pública, a la cohesión social y a la consecución del consenso fue capital. En la vertiente democratizadora también fue una herramienta que permitió experiencias de comunicación popular: las radios libres, comunitarias y municipales permitieron procesos de comunicación que hoy describiríamos como auténticas experiencias de empoderamiento popular de la tecnología. Pese a los competidores que le han ido saliendo en el universo electrónico primero (la televisión) y en el universo digital después (las redes), la radio ha sabido adaptarse y encontrar su lugar en cada nuevo ecosistema. Lo hizo ante las innovaciones del siglo xx y lo está haciendo decididamente ante las del siglo xxi. En este número hemos querido acercarnos a la realidad de un medio que está mostrando un alto dinamismo y sigue teniendo un lugar destacado en el ecosistema comunicativo.

Para empezar, el autor invitado ha sido escogido para conectar con una de las características de la radio que anticipó en la práctica una de las señas de identidad más destacadas de las comunicaciones digitales: la participación de los ciudadanos en la producción de contenidos. Nadie mejor que **Peter Lewis**, *Senior Lecturer* en la London Metropolitan University, el investigador internacional de referencia en medios comunitarios, para abordar este tema con perspectiva histórica, como lo hace en su artículo *Ausencia de discurso: el caso de la radio comunitaria*. Abren el monográfico **Josep Maria Martí, Belén Monclús, Maria Gutiérrez y Xavier Ribes** con *La radio, modelo de negocio en transición: estrategias de oferta y de comercialización en el contexto digital*, que trata un tema central en el proceso de adaptación de la radio al nuevo escenario mediático como es la búsqueda del nuevo modelo de negocio, en un contexto de crisis en el que las inversiones publicitarias han caído a pesar del crecimiento de las audiencias, y explora las estrategias de los radiodifusores para incorporar los soportes en línea en el nuevo modelo de negocio. **Tiziano Bonini** aborda precisamente uno de los fenómenos más relevantes de este nuevo entorno en línea en *La "segunda era" del podcasting: el podcasting como nuevo medio de comunicación de masas digital*, que se centra en la evolución de esta nueva herramienta de radiodifusión del *amateurismo* a la profesionalización y en su destacada capacidad de *engagement*. **Teresa Piñeiro-Otero** explora la adaptación de la radio de proximidad en internet en *La mediamorfosis de la radio local. Una perspectiva desde el contexto de la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal*, donde examina las prácticas, comparativamente en dos mercados, para observar el grado de apropiación de la web, la adaptación de estas prácticas en el ámbito local, el nivel de interactividad y potenciación de la participación, así como los aspectos formales de los mensajes. **Manuel Fernández Sande y J. Ignacio Gallego** estudian las posibilidades de una de las nuevas formas de financiación, el *crowdfunding*, que abre oportunidades que tanto pueden servir de antídoto a la crisis, como de mecanismo de financiación de propuestas innovadoras, hecho que ilustran en *El crowdfunding como herramienta de financiación de contenidos radiofónicos y sonoros en España*. Finalmente, **Silvia Espinosa y Lidia Borrero** analizan el estado de abandono del público infantil por parte de la radio en *Los programas infantiles de radio en Cataluña: una aproximación cronológica a la tipología de programas de radio para niños*. Ponen de relieve la paradoja que significa desatender la cantera de futuros oyentes en un medio que necesita renovar su antena para rejuvenecer su audiencia. En la sección "Artículos" **Aida Martori** aborda el tema de los espacios de comunicación de las naciones sin estado en *La descentralización del modelo de televisión escocés: hacia una mejor cobertura informativa del territorio*, donde estudia la relación entre cercanía e identidad en los espacios de comunicación y explora las últimas transformaciones registradas en el modelo escocés.

Emili Prado
Director