



La audiencia en la era digital

/

Medina, Mercedes

Fragua,
2015

Monografía

Tras el g2sapagón analógicog3s, los españoles pudimos acceder a una mayor oferta de canales sin mayor coste que el cambio de aparato de televisión. Paralelamente al fenómeno de la TDT, experimentamos como el acceso a los contenidos televisivos se hacía más fácil y flexible gracias a la distribución online y a la proliferación de dispositivos móviles. Esta realidad tan ventajosa para la audiencia, ha obligado a una profunda reconversión de la industria, sujeta a una competencia más difusa y a mayores amenazas y las empresas del sector se ven obligadas a encontrar nuevos modelos de negocio en medio de una de las mayores crisis económicas de la historia. Se estudia los cambios en los hábitos de consumo, tipos de contenido y fuentes de ingresos en sectores tan variados como la televisión, el cine y la prensa analógica y digital, al mismo tiempo que aventura tendencias futuras. (EDITOR)

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTU0NTEwNjY>

Título: La audiencia en la era digital Mercedes Medina (coordinadora)

Editorial: Madrid Fragua 2015

Descripción física: 221 p. il. 21 cm

Tipo Audiovisual: Medios de comunicación social Audiencia Mass media Audiences

Mención de serie: Fragua comunicación 145

Copyright/Depósito Legal: M 18974-2015

ISBN: 978-84-7074-670-3 papel) 978-84-7074-671-0

Materia: Medios de comunicación social Medios de comunicación social

Autores: Medina, Mercedes

Punto acceso adicional serie-Título: Fragua comunicación 145

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60

- informa@baratz.es