



Analysis of audiovisual production and music scene in Extremadura through YouTube channels [

Sección Departamental de Biblioteconomía y Documentación,
2016-02-12

[info:eu-repo/semantics/article](https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMjg4MTY3Mzc)

[info:eu-repo/semantics/publishedVersion](https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMjg4MTY3Mzc)

Artículo revisado por pares

Analítica

A study on Extremenian music and audiovisual production has been carried out through YouTube media. The purpose of this study is to analyze all audiovisual products and also assessing what broadcasting processes are conducted by creators to publicize their musical and audiovisual works. A quantitative and qualitative study of audiovisual materials of Extremadura bands was done to find out which processes are most suitable to increase the number of viewers for videos

A study on Extremenian music and audiovisual production has been carried out through YouTube media. The purpose of this study is to analyze all audiovisual products and also assessing what broadcasting processes are conducted by creators to publicize their musical and audiovisual works. A quantitative and qualitative study of audiovisual materials of Extremadura bands was done to find out which processes are most suitable to increase the number of viewers for videos

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMjg4MTY3Mzc>

Título: Analysis of audiovisual production and music scene in Extremadura through YouTube channels electronic resource]

Editorial: Sección Departamental de Biblioteconomía y Documentación 2016-02-12

Tipo Audiovisual: Music scene; Cyberculture; Extremadura; YouTube; digital Troubadours; Covers; creative interaction; Auto production; Partners Panorama musical; Cibercultura; Extremadura; YouTube; Trovadores digitales; Covers; Interacción creativa; Auto producción; Partners

Variantes del título: Análisis de la producción audiovisual y panorama musical en Extremadura a través de los canales de YouTube

Documento fuente: Cuadernos de Documentación Multimedia; Vol 27 No 1 (2016); 32-52

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Lengua: Spanish

Enlace a fuente de información: Cuadernos de Documentación Multimedia; Vol 27 No 1 (2016); 32-52
Cuadernos de Documentación Multimedia; Vol. 27 Núm. 1 (2016); 32-52 Cuadernos de Documentación
Multimedia; v. 27 n. 1 (2016); 32-52 1575-9733

Otras relaciones: <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/51866/48026> /*ref*/Antolín Prieto, Rebeca (2012). YouTube como paradigma del vídeo y la televisión en la Web 2.0. Madrid: Universidad Complutense (Tesis doctoral) <http://eprints.ucm.es/16111/1/T33817.pdf> [Consultado: 31 de enero de 2015] /*ref*/Blanco-Izquierdo, María Jesús; Póveda-López, Inés Carmen (2015). Metadatos Documentales en el Canal Extremadura Televisión // Cuadernos de Documentación Multimedia, vol. 26, pp. 113-132. <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/50633/47035> [Consultado: 31 de enero de 2015] /*ref*/Caldera-Serrano, Jorge; Arranz-Escacha, Pilar (2012). Documentación audiovisual en televisión. Colección El profesional de la información; 13. Barcelona: Editorial UOC /*ref*/Caldera-Serrano, Jorge; León-Moreno, José-Antonio (2010). Marketing analysis of the web-based commercialization of television audiovisual files: opportunities and implications // Investigación bibliotecológica, vol. 24, núm. 52, pp. 217-235 /*ref*/Caldera-Serrano, Jorge (2006). Terminological control of "anonymous groups" for catalogues of audiovisual television documents // Journal of librarianship and information science, vol. 38, núm. 3, pp. 187-195 /*ref*/Giménez-Rayó, Mabel (2012). La documentación audiovisual en televisión en el mundo 2.0: retos y oportunidades. // Trípod. 31 (2012) 79-97. <http://tripodos.com/index.php/FacultatComunicacioBlanquerna/article/download/39/24> [Consultado: 31 de enero de 2015] /*ref*/Herrera, Raquel; Codina, Lluís (2015). Redes Sociales Visuales: Caracterización, Componentes y posibilidades para el SEO de Sitios Intensivos en Contenidos. Cuadernos de Documentación Multimedia, vol. 26, pp. 3-24. <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/50627/47029> [Consultado: 31 de enero de 2015] /*ref*/Hidalgo Goyanes, Paloma (2013). Patrimonio audiovisual en televisión. // Marcos Recio, Juan Carlos (coords.). Gestión del patrimonio audiovisual en medios de comunicación. Colección Ciencias de la información. Comunicación audiovisual; 18. Madrid: Síntesis, 2013. 53-82 /*ref*/López-de-Quintana, Eugenio (2007). Transición y tendencias de la documentación en televisión: digitalización y nuevo mercado audiovisual. // El profesional de la información. 16:5 (julio-agosto 2007) 397-408. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2007/septiembre/01.pdf>. [Consultado: 31 de enero de 2015] /*ref*/Póveda-López, IC; Caldera-Serrano, J; Polo-Carrión, JA (2010). Definición del objeto de trabajo y conceptualización de los Sistemas de Información Audiovisual en Televisión // Investigación bibliotecológica, vol. 24, núm. 50, pp. 15-34 /*ref*/Reguillo, Rosanna (2012). Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa. Nueva Época, nº 18, (Julio-Diciembre 2012) 135-171 <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/comsoc/revista18/6.pdf> /*ref*/Siri, Laura (2008). Un análisis de YouTube como artefacto sociotécnico. // Diálogos de la Comunicación, núm. 77. <http://www.dialogosfelafacs.net/> [Consultado: 31 de enero de 2015]

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es