



La transformación digital de la radio [: diez claves para su comprensión profesional y académica /

Pedrero Esteban, Luis Miguel.
García-Lastra Núñez, José María.
Gabilondo, Iñaki (1942-)

Tirant Humanidades,
2019.

Recurso Electrónico

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMzc0OTkzODY>

Título: La transformación digital de la radio [Recurso electrónico] : diez claves para su comprensión profesional y académica / Luis Miguel Pedrero Esteban, José María García Lastra-Núñez (editores) ; [prólogo de Iñaki Gabilondo].

Editorial: Valencia Tirant Humanidades 2019.

Bibliografía: Índice: p. [9-]-14. Bibliografía: 287-290.

Contenido: Índice -- Prólogo. La vida, el reto de la radio / Iñaki Gabilondo -- LA ERA DE LA GRAN TRANSFORMACIÓN DE LA RADIO / José María García-Lastra, Luis Miguel Pedrero: El centenario de la radio como medio ; El fin del canal dominante ; ¿Qué significa transformación digital en la radio? ; Los contenidos, la base del producto radiofónico ; La audiencia como eje para el éxito y la supervivencia ; Objetivos y claves de interpretación de este libro -- LAS LÓGICAS DIGITALES DE LA INDUSTRIA RADIOFÓNICA / Gorka Zumeta, Sara Infante, Luis Vicente Muñoz: Introducción: La radio heredada de nuestros mayores ; La llegada de Internet: La disrupción digital ; La desorientación de los comienzos ; La incertidumbre muta en recelos ; El desacompañado ritmo de industria y audiencia ; El boom de la radio online: la selección natural ; La irrupción del podcast: la radio on demand ; Los depredadores de la radio y la nueva medición de la audiencia ; El universo digital ; El broadcast y el broadband: la radio híbrida, lo mejor de cada mundo ; La radio sincrónica y asincrónica: nuevos modelos productivos ; La nueva audiencia digital: de pasiva a proactiva ; Ideas destacadas ; Referencias bibliográficas -- CONDICIONANTES DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA DIGITAL / José M^a Legorburu, Aurora García, José Vicente Dorado: Introducción: La programación, elemento clave para la transformación de la radio ; Programación: Ideas y cábala para programar eficazmente en un nuevo contexto ; El oyente en el centro: atención a sus expectativas y preferencias ; Las herramientas para programar eficazmente ; Tecnología e Internet: nuevas oportunidades para la radio generalista ; Contenidos. La actualidad, eje vertebrador

de la programación ; La actualidad inmediata: seña de identidad de la radio generalista ; La actualidad latente: un valor en alza para el oyente autónomo ; El magacín, contenedor de contenidos en la programación de bloques ; Difusión. De la FM a la app, una oferta híbrida para sumar oyentes ; Radio en directo: un producto clásico distribuido de mil maneras ; Radio a la carta: podcasts reciclados y nativos ; Apps y skills: la convergencia de señales, servicios y participación ; Ideas destacadas ; Referencias bibliográficas -- ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN RADIOFÓNICA EN EL ENTORNO ONLINE / Miguel Ángel Ortiz, Eduardo Castillo, Laura Carrazoni: Introducción: La necesaria adaptación de la radio al nuevo paradigma digital ; La convergencia mediática y la sociedad multipantalla, un escenario para la publicidad en la radio online en España ; El mercado publicitario radiofónico en el entorno digital español ; Los intermediarios publicitarios en la radio online ; Realidades y tendencias de comercialización ; Nuevas estrategias y productos comerciales, innovación y multidistribución ; Nuevas dimensiones de la radio comercial online: Brand radio y radio corporativa ; La redefinición de la estrategia publicitaria en la radio ; Dimensión geográfica del mercado publicitario y perspectiva de los anunciantes ; Estrategias y productos comerciales online en la industria de radio española ; Atresmedia Radio ; PRISA Radio ; Grupo COPE ; Radio Nacional de España ; Audioemotion ; Ideas destacadas ; Referencias bibliográficas ; Webgrafía de referencia ; Entrevistas -- NUEVOS SISTEMAS Y SOPORTES DE DISTRIBUCIÓN RADIOFÓNICA / Teresa Piñeiro, Raúl Terol, Pere Vila: Introducción: La resiliencia a través del cambio ; Multiplicación de las vías de distribución en el entorno digital ; Sistemas de emisión ; Dispositivos de consumo ; Agregadores de audio digital ; Redes sociales ; Efectos sobre la creación y producción de contenidos ; La transformación del lenguaje radiofónico ; La adaptación del contenido a las plataformas de distribución ; Efectos sobre la estructura de gestión de la empresa radiofónica ; La adecuación de los recursos humanos al nuevo entorno ; La adecuación de los recursos tecnológicos al nuevo entorno ; La integración de la IA para la competitividad y el engagement de las marcas radiofónicas ; Ideas destacadas ; Referencias bibliográficas -- PE

Restricciones de acceso: Acceso restringido a los usuarios de la Universidad Nebrija. Limitaciones de impresión, copia y descarga.

Programa de estudio: AM0304. AM0305. AM0308. AM0310. AM0315. AM0316. AM0317. AM0319. AM0320.

Detalles del sistema: Ordenador con navegador de Internet

ISBN: 978-84-17973-27-8

Materia: Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación- En los medios de comunicación social- En línea.

Autores: Pedrero Esteban, Luis Miguel. García-Lastra Núñez, José María. Gabilondo, Iñaki (1942-)

Baratz Innovación Documental

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