

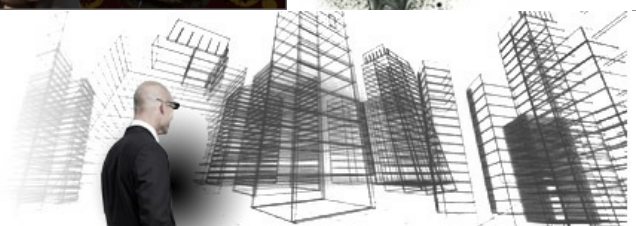
¿Cómo ves el Mundo en 35mm?

SONY
make.believe

D-rodaje



broadcast > cine > new media
Panorama
audiovisual.com



Portada

Noticias

A fondo

Entrevistas

Suplementos

Tribunas

Videoteca

Directorio

Texto a buscar

martes, 08 de marzo de 2011

Instant access to live media...



Jornada Radio 2.0: creando la nueva r@dio

Barcelona ha acogido este miércoles a unos 300 profesionales para debatir sobre radio y las nuevas formas de consumo de este medio en la II Jornada Radio 2.0, organizada por Actuonda y Audioemotion con el soporte de Panorama Audiovisual como medio especializado. La jornada se ha abierto, como no podía ser de otro modo en el marco del mayor edificio europeo dedicado a la accesibilidad, con una presentación de Vía Libre, una empresa del Grupo Fundosa (ONCE) que está llevando a cabo una intensa tarea para acercar el medio por excelencia para las personas con dificultades de visión. Vía Libre lleva a cabo la distribución de podcast mediante un sistema de sindicación que permita suscribirse y usar un programa que lo descarga para que el usuario lo escuche en el momento que desee. Las primeras ponencias se han centrado en la interacción y las redes sociales participando Fermín Álvarez, director general de Social Noise, Paula Cordeiro, Phd Communication & Digital media advisor en ISCS, Portugal (Technical University of Lisbon / Communication and Media Department) y el consultor independiente José María García-Lastra (ex Responsable Contenidos Cadena Ser/Grupo Prisa).



El Edificio ONCE de Barcelona ha albergado este miércoles a cerca de trescientos profesionales para debatir sobre radio y las nuevas formas de consumo de este medio en la II Jornada Radio 2.0, organizada por Actuonda y Audioemotion con el soporte de Panorama Audiovisual como medio especializado.

La Jornada se ha abierto, como no podía ser de otro modo en el marco del mayor edificio europeo dedicado a la accesibilidad, con una presentación de Vía Libre, una empresa del Grupo Fundosa (ONCE) que está llevando a cabo una intensa tarea para acercar el medio por excelencia para las personas con dificultades de visión. Vía Libre lleva a cabo la distribución de podcast mediante un sistema de sindicación que permita suscribirse y usar un programa que lo descarga para que el usuario lo escuche en el momento que desee.

Las primeras ponencias se han centrado en la interacción y las redes sociales participando Fermín Álvarez, director general de Social Noise, Paula Cordeiro, Phd Communication & Digital media advisor en ISCS, Portugal (Technical University of Lisbon / Communication and Media Department) y el consultor independiente José María García-Lastra (ex Responsable Contenidos Cadena Ser/Grupo Prisa).

Fermín Álvarez ha destacado que "deberíamos

Traducción



Panasonic
Filmutea
Make films. Share your talent.

... convocan
un concurso
de cortos

¡Participa!
+INFO
AQUI

RIEDEL

Artist | Performer | Acrobat
INTERCOM SYSTEMS

Videoteca

EVS-OpenCube: trabajando con MXF



olvidarnos del concepto de comunicación 2.0 y empezar a hablar de comunicación en un nuevo entorno. Es curioso ver cómo hacer cinco años trabajar en red, el iPhone, Twitter o Facebook estaban naciendo... y en estos años, las redes sociales se han introducido como verdaderos configuradores de una realidad paralela en la que nuestro entorno está totalmente digitalizado creando comunidad y excluyendo, en cierta forma, a quienes no están en las redes sociales". Álvarez ha destacado que las redes sociales no es ahora solo para jóvenes, de hecho el segmento que más está creciendo

es de 35-45 años. ¿Y por qué una radio debe acercarse a su audiencia a través de redes sociales? "Para encontrar a la gente con la que queremos comunicarnos con la posibilidad de ofrecer mensajes personalizados por nichos", ha asegurado.

Para atraer en social media, es necesario ofrecer contenido relevante, teniendo en cuenta en qué plataformas está mi público (música, opinión, profesional...) ya que cada una posee códigos diferentes.

Álvarez cree que a la hora de afrontar un proyecto de social media hay que trazar la estrategia (plataformas, público, tono...) y el planteamiento de contenidos en este ecosistema.

Mientras que la televisión en el nuevo entorno digital está nichificando sus contenidos y ofreciendo servicios interactivos y a la carta, la radio debe encontrar nuevas fórmulas para que el medio se entrelace con los nuevos entornos de social media.

Suma de canales

Paula Cordeiro ha centrado su intervención en la suma de canales para la distribución de contenidos bajo el paraguas que ha dado en llamar r@dio con conexión directa con sus e-listeners, el potencial de tráfico y de marca. La posibilidad de ofrecer contenidos enriquecidos conectados al día a día (agenda, eventos, fotos, videos, webs customizadas y, por supuesto información y música orientada a targets específicos) es una realidad creciente en la nueva radio. Estos cambios conllevan una reformulación de la medición de la audiencia (combinando radio con plataformas digitales) introduciendo valores como la geotargetización y la dirección IP del oyente, ha reconocido Cordeiro. Los social media permiten incrementar la autopromoción, crear programaciones específicas y mejorar el branding, entre otras posibilidades. Por ello, Paula Cordeiro ha recomendado partir de un nuevo concepto de audiencia electrónica combinando i-content con la nueva r@dio. "En cualquier caso, no olvidemos que ya sea radio o r@dio, ésta siempre estará hecha por personas y para personas..." ha concluido.



José María García-Lastra se ha preguntado... ¿qué es radio? "La definición tradicional de distribución de audio a través de onda hertzianas, ya no nos vale... la radio corporativa, a través de cloud computing, personalizada... ¿no es radio? Por supuesto todo es y seguirá siguiendo radio mostrando que el concepto tradicional radio se ha quedado obsoleto. Radio es ahora un producto multimedia basado fundamentalmente en el audio, con un empaquetado lógico que se distribuye en cualquier canal y dispositivo", ha destacado.



García-Lastra ha hecho hincapié en la gestión de los contenidos en el fin de la era del canal dominante. Ahora todos los medios están en todos los canales.

"Todos los medios tradicionales estamos haciendo las mismas webs, y las marcas de radio están perdiendo su idiosincrasia y sus valores. Los medios compiten hoy en el mismo terreno de juego, pero debemos jugar distintas competiciones. La diferencia está en los formatos de los contenidos que maneja cada medio. En este entorno, las radios están compitiendo comercialmente con los periódicos e, incluso, con las televisiones", ha señalado.

¿Cómo producimos en la nueva era? Para García-Lastra, la vía es crear una única cadena de producción, unificando procesos y herramientas así como el almacén de contenidos (etiquetados, preparados para servirse de forma personalizada independientemente del canal de salida para todo canal y dispositivo). "Los contenidos en radio deberían estar preparados para viajar y distribuirse por los medios sociales. para ello es fundamental la labor del documentalista y los motores de indexación y búsqueda. En el Siglo XXI los contenidos se difunden y se distribuyen", ha asegurado.

En cuanto a la publicidad, ¿puede seguir siendo masiva? A juicio de García-Lastra, claramente, no ya que deberá ser "singular, con un retorno de la inversión mayor, y con más valor para el usuario/oyente".

García-Lastra ha concluido su intervención afirmando que "la radio tiene que colocarse a la vanguardia de los medios manteniendo su identidad y buscando vías de colaboración para impulsarla como medio moderno y con un modelo de negocio viable, produciendo en modos multicanal para asegurar la rentabilidad y con políticas que nos impulsen mediante las redes sociales".

GY-HM750
nuevo
camcorder
profesional
de JVC.



Suscripción gratuita por RSS

Directamente en tu lector de feed

Recomendar web a un amigo

SUSCRÍBETE AL NEWSLETTER GRATUITO

Agenda

» ANIMA 2011

04 03 2011 - 13 03 2011 | Flagey (Bélgica) | Festival

» más info

» SUNNY SIDE OF THE DOC

07 03 2011 - 10 03 2011 | Seúl (Corea) | Festival

» más info

» JORNADAS PUERTAS ABIERTAS EUROCOM

09 03 2011 - 10 03 2011 | Alcobendas, Madrid (España)

| Jornadas

» más info

» SAN DIEGO LATINO FILM FESTIVAL

10 03 2011 - 20 03 2011 | San Diego (EE.UU.) | Festival





Nuevos modelos de radio

En una mesa redonda en la que, además de los primeros ponentes de la mañana, han participado Francesc Triola, director general de COMRadio; Alex Loscos, CEO de BMat; y José Antonio Gelado, director de proyectos en Ntxmedia se ha debatido sobre los nuevos modelos de radio.

Triola ha expuesto el modelo de COMRadio basado en la proximidad, la innovación y la solidaridad como concepto y virtud en redes sociales (como promoción, participación y fuente de información).

Por su parte, Loscos ha expuesto los servicios que presta BMat en relación a la indexación (generar metadatos en las bases de audio y música de sus clientes) y monitorización de contenidos (escuchan radios y televisiones de más de 50 países y generan gracias a una avanzada tecnología de identificación los contenidos distribuidos).

Gelado ha reclamado el papel del audio como herramienta para compartir o embeber en redes sociales "ya que no es tan fácil acudir a los contenidos parcelados e identificados con permanencia en el tiempo".

Paula Cordeiro ha destacado que "la radio a pesar de tener, mediante las nuevas plataformas, acceso mundial, nunca debe olvidar su audiencia más próxima".



Monetización

Presentar nuevos servicios de radio/audio online, modelos prácticos de negocio y compartir con las agencias de marketing y medios publicitarios las nuevas oportunidades de comunicación y de monetización que ofrecen internet y los dispositivos móviles para marcas y colectivos han centrado las ponencias de media mañana.

Alexandre Saboundjan, CEO de Radionomy ha expuesto las soluciones que está ofreciendo esta empresa belga en relación a los los nuevos servicios de radio a la carta, geolocalización y monetización publicitaria. Desde su punto de vista, las claves para la monetización las podemos encontrar, lógicamente, en la audiencia, la plataforma y la radio como plataforma publicitaria nacional multiplataforma y de intercambio de inversión publicitaria internacional.

Por su parte, Xavier Laballós, director de producto de Flumotion, ha comenzado su intervención afirmando que "el oyente quiere encontrar fácilmente lo que busca, acceder al contenido en directo y bajo demanda en cualquier dispositivo, opinar, escuchar audio de alta calidad, integrar los contenidos en redes sociales. La radio quiere soluciones para una fácil gestión de contenidos, poner todo su contenido a disposición de su audiencia y monetizarlo".

La nueva solución Flumotion WebRadio360, presentada por vez primera en esta Jornada Radio 2.0, responde a todas estas necesidades partiendo de un concepto de radio abierta las 24 horas y capaz de escuchar a quien



>> más info

>> 11º FESTIVAL INT. CINE GRAN CANARIA

12 03 2011 - 20 03 2011 | Las Palmas (España) |

Festival

>> más info

Tags

- 3ality 3D 3DSMax Abertis Academia Cine Academia Radio Academia Tv Acadèmia del Cinema Catalá Activa Multimèdia Administraciones Adobe AEDETI AEQ AG-3DA1 Aicox AIDO AJA Albiral Alcate-Lucent AMX animación Antena 3 Apple Apuntolapospo ARRI ASIMELEC Aspa audiencias Autodesk AVC-Intra AVCCAM Avid Barco BBC Berlín Blackmagic Brainstorm Bridge Brightcove Broadcast-IFEMA- Broadcast Pix BSKYB cable Camera Corps Canal+ Canon CBS CCMA CES Christie Chyron Cisco Ciudad de la Luz Clear-Com Cluster Audiovisual Euskadi Cluster Audiovisual Galego Cluster Audiovisual Valenciano CMT codificación Comunicàlia consumo CP-2000 Crambo Crestron Crystal Vision Cuatro Dahlia Dalet Da Vinci Digidesign Digital+ Dimasa Disney DnXHD Dolby Doremi DVB DVCPRO DVCPRO HD DVS Editshare Edius EGEDA Eiken EITB EMediaLab EPC Ericson ESPN estudios Eurocom EVS Extenda FAPAE Festivales FICOD Filmax Final Cut Final Cut Pro Flumotion For-A FORTA Fox Front Porch Fujinon Fundación AVA Fundación i2CAT Genus Globomedia Gol Tv Grass Valley Grau Luminotecnia HaVision Harmonic Harris HBS HDC-1500 HDC-P1 HDCAM Hispasat HP HXR-NX5 IBC ICAA IEC IFE Ikegami IL Ilion Animation Imagina ImaginArt Impulsa TDT Intel interactividad intercomunicación Interplay ISE ISE11 ISID iTX JVC Kahuna Kayak Kayenne Kelonik Kodak Kroma Kronomav LaSexta Lavinia LDK 8000 LG Litepanels MAC Manfrotto Matelec Maya Media Composer Mediapro Mediaset Microfusa Microsoft MicroTiles MIPCOM MIPTV Mirada Miranda Mistika Mitsubishi MOG Molinare monitores MVS-8000 NAB NAB11 Nagra NBC Universal NEC Newtek Nombramientos Nvidia NXCAM Omneon Omnibus Ono Orad Orange Orange Tv Overon Ovide BS P2 P2HD Pablo Panasonic Panavision Panorama Audiovisual PDW-700 PDW-F800 Philips PlayBox PMW-350 PMW-EX3 Polecam Premios PRISA Prody's Projectiondesign Promax Promovisa ProTools PS Technik Quantel Radio 2.0 RED Riedel Rodajes Rohde & Schwarz Roland Rosco Ross Video RTPA RTVA RTVE RTVV Samsung San Sebastián Sapac Seesound Seminci Sennheiser SES Astra SETSI Sevilla Festival señales SGAE Sgi Sgo Sitges Sky Snell Sogecable Solid State Logic Sony Spinetix SRW-9000 Tandberg Tecco Techex Technicolor Tedral Tektronix Telecinco Telecinco Cinema Telefónica Telemadrid Telestream Televisa Televisión Telson Test&medida Texas Instruments Thomson Grass Valley Toshiba Total Media Tribunales Trigital TSA Turner TV3 TVC TVE UIMP Unitecnia Unity Isis Utah Scientific UTECA Vaddio Vector 3 Venue Videoreport Vinten Vizrt Vocento VoD Vodafone Volicon VSN Vértice 360 Warner Bros. WTVision XDCAM XDCAM EX XpanD Yamaha Yelmo YouTube Zaxcom ZDF Zeligstudio Zeta Audiovisual

WP Cumulus Flash tag cloud by Roy Tanck and Luke Morton requires Flash Player 9 or better.

Encuesta

Opina

¿Qué estándar de TDT se impondrá finalmente en América Latina?

te escucha con experiencias totalmente personalizadas. Esta propuesta cuida, además, los dispositivos desde los que los oyentes acceden al medio para que le llegue una buena calidad. También utiliza la potencialidad de las redes sociales y del concepto multiplataforma. "Vivimos una era de oyente camaleónico en el que el mismo usuario se levanta y nos sigue por FM, después pasa a su ordenador en la oficina, para después seguirnos desde su móvil y termina el día recuperando un podcast", ha comentado.

También se ha preguntado "¿por qué limitarnos al sonido cuando podemos añadir la imagen en un concepto de radio audiovisual?"

Un aspecto importante que aporta WebRadio 360 de Flumotion es la automatización de procesos internos (el valor de una radio está en la generación de contenidos y no en la ejecución de las diferentes tareas) y la medición de audiencia con herramientas para conocer en tiempo real y qué caminos utilizan para llegar a los contenidos.



Publicidad y radio móvil

En Estados Unidos el 5% de la inversión en radio ya se hace en radio online, aunque como ha destacado Elisa Escobedo, CEO de Audioemotion (red comercial especializada en radio online) la radio online no ha canibalizado la inversión en radio por ondas, lejos de eso ha ayudado a mejorar sus resultados. En España, Audioemotion tiene unas perspectivas de inversión en radio online de 4 millones de euros, y 40 millones de aquí a 2015.

Escobedo ha reseñado algunas de las interesantes experiencias que Audioemotion ha llevado a cabo pensando en la monetización publicitaria en entornos de nueva radio, estableciendo herramientas muy serias de medición audiencias en colaboración estrecha con las agencias. Por otra parte, ha repasado algunos de los modelos de gestión comercial que Audioemotion propone en colaboración con el broadcaster, anunciante y agencia.

Francisco Sánchez, socio Fundador de Expressa Radio, ha presentando las soluciones que su compañía desarrolla para entornos de radio corporativa. Esta radio online tiene como objetivo fundamental potencial el reconocimiento y la identidad de la marca. Permite diseñar una emisora de radio a la carta tanto para distribución online como FM o como "hilo musical" en la propia tienda. Phone House o Hollyday Gym son algunos de los clientes de Expressa Radio que cuentan ya con su propia radio corporativa.

También es interesante el concepto impulsado desde Expressa como staff radio por el que los centros de trabajo cuentan con una solución musical e informativa especializada en la que los trabajadores pueden subir información y comentarios.

En esta sesión, también hemos podido conocer la experiencia en la agregación de streams, gestión publicitaria y soluciones móviles que aporta Baracoda Media; las aplicaciones móviles llave en mano para radios que desarrolla Liquid Air Lab (desde 2009 han desarrollado cerca de 700 aplicaciones, con 18 aplicaciones que fueron número uno en App Store); así como las soluciones para entornos móviles de Vanatur.



DVB-T
 ATSC
 ISDB-T
 DMB-T

Vote

View Results

Archivo de encuestas

Lo más leído hoy

- 1.- El entorno de trabajo de Avid, ahora, aún más abierto
- 2.- Apodax organiza las Jornadas de Puertas Abiertas "Cinematografía digital y accesorios"
- 3.- Vida en Marte y Visualzink crean tendencia con el on-air rebrand de Antena 3
- 4.- TV3 migra sus procesos de producción audiovisual a IP con una red de Enterasys
- 5.- MBC Group Dubai instaura un workflow basado en Genetic Engineering

Lo más leído de siempre

- 1.- Espectacular muro visual en los nuevos informativos de Antena 3
- 2.- TVE adjudica a Sony la renovación de equipamiento en alta definición
- 3.- Histórico contrato de TVE con Panasonic para la compra de equipamiento P2HD
- 4.- El futuro del sector audiovisual en España, a debate
- 5.- Roland VR-5: producción, grabación y streaming, sin complicaciones

Recursos

[DIRECTORIO](#) [DOCUMENTOS](#) [LIBROS](#)

ULTIMA HORA CON EUROPA PRESS

Privalia compra Dress for Less

Nokia vende Qt tras su alianza con Microsoft

¿Se lo quiere montar Zynga por su cuenta comprando MySpace?

Telefónica lanza fondos de capital en Latinoamérica para impulsar la innovación de empresas

Apple sigue siendo la empresa "más admirada" del mundo



Medición

En la sesión de la tarde, un grupo de expertos en medición de audiencias participaron en una mesa redonda moderada por el director de Panorama Audiovisual, Antonio Castillo. La sesión en la que se hizo un repaso al panorama actual y las prioridades de la publicidad digital, así como la necesidad de adaptar las métricas de audiencia a los nuevos entornos y formas de consumo de radio y audio online, la abrió el director general de IAB España, Antonio Traugott. Comentó que tras el acuerdo sectorial para convocar un concurso para adjudicar con transparencia la medición online en España, se ha dado un paso de gigante para la regularización y estandarización en las prácticas del sector.

adjudicar con transparencia la medición online en España, se ha dado un paso de gigante para la regularización y estandarización en las prácticas del sector.

Daniel Karlsson, VP EMEA Ando Media Group, analizó la situación en Estados Unidos, país en el que se ha convertido en un estándar de facto en la medición online. Karlsson, al igual que Patrick Roger, COO de Adswizz, estuvieron de acuerdo en la necesidad de contar con métricas adaptadas a los servicios audio online multi-dispositivos como vía para la monetización. Olivier Riou, presidente & director Hotmix (web Radio) y miembro del Syrol (Syndicat des Radio on-line - France) aportó su experiencia en Francia, país que hace ahora un año vivió el debate de cómo medir las nuevas audiencias.

Fernando Santiago, director técnico de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), impulsora del siempre polémico EGM, y Joan Sabaté, director general de Fundacc que elabora el Barómetro de la comunicación i la cultura debatieron sobre las ventajas que aportan los muestreos y paneles a la hora de trazar el perfil del consumidor con respecto a la métrica basada únicamente en tráfico IP.

Rubén Vara, director marketing multimedia en Onda Cero y Antena3 Multimedia puso sobre la mesa la experiencia de este gran grupo multiplataforma asegurando que las prácticas de paquetización en la venta de soportes, depreciando los medios online, están completamente desterradas.



Imprimir / Compartir este artículo / Enviar a un amigo



¿Te gustó este artículo?

Suscríbete a nuestro [RSS feed](#) y no te perderás nada.

Otros artículos sobre Radio 2.0

Por REDACCION • 2 mar, 2011 • Sección: Audio, Eventos, Radio

