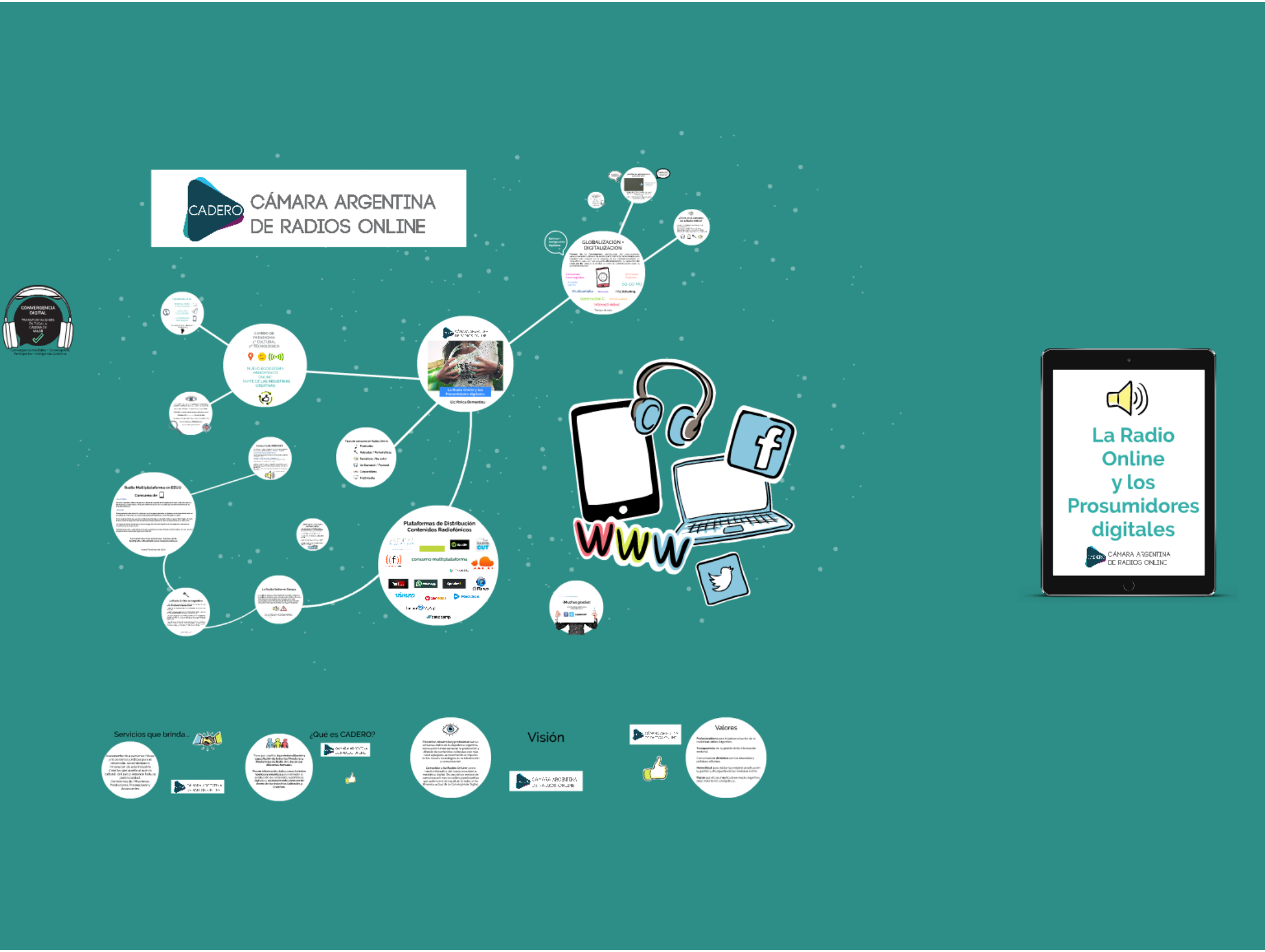

CADERO
CÁMARA ARGENTINA DE RADIOS ONLINE
CONVERGENCIA DIGITAL
CAMBIO DE PARADIGMA 1° CULTURAL 2° TECNOLÓGICO
NUEVO ECOSISTEMA AUDIOVISUAL ONLINE
GLOBALIZACION + DIGITALIZACION
Lic Verónica Bernardini
Radio Multiplataforma en EEUU
Plataformas de Distribución Contenidos Radiofónicos
consumo multiplataforma
Servicios que brinda...
¿Qué es CADERO?
Visión
Valores
La Radio Online y los Prosumidores digitales
CÁMARA ARGENTINA DE RADIOS ONLINE

La Radio Online y los Prosumidores digitales

CADERO
CÁMARA ARGENTINA
DE RADIOS ONLINE

CÁMARA ARGENTINA DE RADIOS ONLINE

CADERO

CAMBIO DE PARADIGMA:
1º CULTURAL
2º TECNOLÓGICO

NUEVO ECOSISTEMA RADIOFÓNICO ONLINE:
PARTE DE **LAS INDUSTRIAS CREATIVAS**

CAMARA ARGENTINA DE RADIOS ONLINE

La Radio Online y los Prosumidores digitales.

Lic.Yésica Bernardou

GLOBALIZACIÓN + DIGITALIZACIÓN

Proceso de la Convergencia: digitalización del procesamiento, almacenamiento y difusión de la información. El factor determinante para impulsar este proceso es el progreso de los microprocesadores en dispositivos cada vez más pequeños. **Multiplataforma**: La **evolución del medio por Bit**, convertido el breakbus de redes de comunicaciones para su posible distribución.

Nativos + Inmigrantes digitales

Consumos Convergentes

Nómades Digitales

SO-LO-MO

Multipantalla

Multisharing

Generación C

Interactividad

Tiempo de ocio

¿Qué tipo de aplicaciones se convergen en mi celular?

¿Cómo es el consumo de la Radio Online?

Tipos de consumo en Radios Online

- Musicales
- Habladas \Periodísticas
- Temáticas /De Autor
- On Demand / Podcast
- Corporativas
- Multimedia

Consumo de PODCAST

Radio Multiplataforma en EEUU

Consumo de

Las plataformas más escuchadas: Pandora (32%), Spotify (13%), iHeartRadio (12%), SoundCloud (6%).

Fuente: The Infinite Dial - 2016

¿Qué tipo de el consumo de Radio Online?

La Radio Online en Argentina

La Radio Online en Europa

Plataformas de Distribución Contenidos Radiofónicos

DEEZER · Spotify · RADIO CUT · consumo multiplataforma · SOUNDCLOUD · aha · Google Play · YouTube · WhatsApp · Spreaker · iTunes · vimeo · clonradios · Radios · Listen · MyApp · bandcamp

¡Muchas gracias!

cadenook

CADERO

CÁMARA ARGENTINA
DE RADIOS ONLINE

La Radio Online y los Prosumidores digitales.

Lic.Yésica Bernardou

CONVERGENCIA DIGITAL

TRANSFORMACIONES EN TODA LA CADENA DE **VALOR**

Convergencia mediatica + Convergencia Participativa + Inteligencia Colectiva

CONVERGENCIA DE:

INNOVACIONES TECNOLÓGICAS

+ CONSUMOS CULTURALES

+ CONTENIDOS ORIGINALES

NUEVAS OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS

CAMBIO DE PARADIGMA:
1º CULTURAL
2º TECNOLÓGICO

NUEVO ECOSISTEMA RADIOFÓNICO ONLINE:
PARTE DE **LAS INDUSTRIAS CREATIVAS**

Se modifican las lógicas de **producción, circulación y consumo** radiofónico a partir de la Convergencia Digital

Mayor capacidad de almacenamiento y disponibilidad.

CONSUMO: accesible desde cualquier dispositivo móvil.

GENERACIÓN C ---------> PROSUMIDORES

Se pasa de una Convergencia de Medios o multimedia a una **Convergencia Multiplataforma**

Nuevos roles profesionales.

CAMBIO DE PARADIGMA:
1º CULTURAL
2º TECNOLÓGICO

NUEVO ECOSISTEMA RADIOFÓNICO ONLINE:
PARTE DE **LAS INDUSTRIAS CREATIVAS**

CONVERGENCIA DE:

INNOVACIONES TECNOLÓGICAS

+ CONSUMOS CULTURALES

+ CONTENIDOS ORIGINALES

NUEVAS OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS

Se modifican las lógicas de **producción, circulación y consumo** radiofónico a partir de la Convergencia Digital

Mayor capacidad de almacenamiento y disponibilidad.

CONSUMO: accesible desde cualquier dispositivo móvil.

GENERACIÓN C ---------> PROSUMIDORES

Se pasa de una Convergencia de Medios o multimedia a

una **Convergencia Multiplataforma**

Nuevos roles profesionales.

¿Qué impulsa el consumo de Radio Online?

-Las redes sociales y las Radios OnLine se potencian mutuamente: es el hábitat natural de los oyentes como canales de difusión.

_Las Comunidades de Sentido /Tribus

-El crecimiento en el consumo de dispositivos móviles

-Contenidos más breves, de nicho y originales. Entretenimiento + Información + educación

La radio por demanda es una evolución de la radio en continuidad / Vivo.

Contenidos Radiofónicos

¿Qué tipo de aplicaciones se consumen más?

1-Entretenimiento
2-Informativo
3- Educativo

En Argentina: 220 veces al día (Comscore)
3 horas y media de consumo radiofónico (SINCA2013)

Los millennials y la generación z, chicos de 18 a 34 años, pasan 33 horas por semana conectados a los dispositivos móviles (en contraposición a los 14,4 horas semanales offline).

móvil como el vehículo más utilizado para navegar, usar aplicaciones y escuchar radio.

¿Cuánto y dónde se consume Radio Online?

Según el SINCA 2013

El 87% de los argentinos escuchan radio.

El 76% en vivo.

Según The Infinite Dial

El 78% desde un smartphone.

El 37% desde el auto.

El 34% mientras navega

¿Cómo es el consumo de la Radio Online?

-En red y multiplataforma en tiempo real
-On Demand / Vivo
-Tiempo de trabajo/ Tiempo de ocio
-Dispositivos móviles /Nomadismo digital
-Interacción/ cultura participativa/ prosumidor

Nativos + Inmigrantes digitales

GLOBALIZACIÓN + DIGITALIZACIÓN

Proceso de la Convergencia: digitalización del procesamiento, almacenamiento y difusión de la información. El factor determinante para impulsar este proceso es el progreso de los microprocesadores en dispositivos cada vez más pequeños.**(Miniaturización)** La **reducción del costo por Bit**, sumado al tendido de redes de comunicaciones para su posible distribución.

Consumos Convergentes

Excedente cognitivo

Nómades Digitales

SO-LO-MO

Multipantalla

Omnívoros

Multisharing

Generación C

Omnicanalidad

Interactividad

Tiempo de ocio

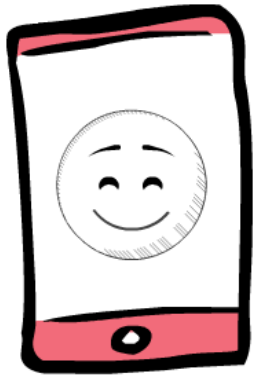
Nativos + Inmigrantes digitales

GLOBALIZACIÓN + DIGITALIZACIÓN

Proceso de la Convergencia: digitalización del procesamiento, almacenamiento y difusión de la información. El factor determinante para impulsar este proceso es el progreso de los microprocesadores en dispositivos cada vez más pequeños.**(Miniaturización)** La **reducción del costo por Bit**, sumado al tendido de redes de comunicaciones para su posible distribución.

Consumos Convergentes

Excedente cognitivo



Nómades Digitales

SO-LO-MO

Multipantalla

Omnívoros

Multisharing

Generación C

Omnicanalidad

Interactividad

Tiempo de ocio

tenidos
ofónicos

¿Qué tipo de aplicaciones se consumen más?

1-Entretenimiento
2-Informativo
3- Educativo

En Argentina: 220 veces al día (Comscore)
3 horas y media de consumo radiofónico (SINCA2013)

Los millennials y la generación z, chicos de 18 a 34 años, pasan 33 horas por semana conectados a los dispositivos móviles (en contraposición a los 14,4 horas semanales offline).

móvil como e
más utiliza
navegar, usar a
y escucha

¿Cómo es el consumo de la Radio Online?

-En red y multiplataforma en tiempo real
-On Demand / Vivo
-Tiempo de trabajo/ Tiempo de ocio
-Dispositivos móviles /Nomadismo digital
-Interacción/ cultura participativa/ prosumidor

¿Cuánto y dónde se consume Radio Online?

Según el (SINCA 2013)

El 87% de los argentinos escuchan radio.

El 70% en vivo.

Según The infinite Dial

El 76% desde un smartphone.

El 37% desde el auto.

El 34% mientras navega

Tipos de consumo en Radios Online

- Musicales
- Habladas \Periodisticas
- Temáticas /De Autor
- On Demand / Podcast
- Corporativas
- Multimedia

Consumo de PODCAST

-Se estima que alrededor de *168 millones de personas están familiarizadas con los PODCAST*, aumentando de un 55% en 2016 a un 60% en 2017.

Cantidad de personas que escuchan un PODCAST

-Se estima que *112 millones de personas escuchan podcast,* significando un 40%, (36% en 2016).

Cantidad de personas que escuchan PODCAST por mes

-Se estima que 67 millones de personas escuchan podcast en un mes.

-Aumentó de un 21% en 2016 a un 24% en 2017.

-A diferencia de la radio online, los PODCAST son predominantes en el rango etario de *25 a 54.* De 2016 a la fecha aumentó de un 24% a un 31%. Por su parte, el rango de 12 a 24 se mantuvo estable de un año para el otro, en un 27%.
-En cuanto al rango de más de 55 años, aumentó un 1% de 11% en 2016 a 12% en 2017.

Fuente: The Infinit Dial

Radio Multiplataforma en EEUU

Consumo de

- Por cantidad

Se estima que 226 millones de personas tienen en su poder un Smartphone. En 2016 el total era de 76%, mientras que en 2017 llegó a un 81 por ciento. Hay que tener en cuenta que en 2009 solamente un 10% tenía Smartphones.

- Por edad

El uso predominante de los Smartphones se da mayormente entre los jóvenes, en el rango etario entre 12 y 24 años. En 2016 el 93% de dicho rango usaban Smartphones, creciendo al 95% en 2017.

En el rango etario de 25 a 54 años, en 2016 el porcentaje era de 84%, mientras que en 2017 llegó a un 89%. Si bien no son el rango que más los utiliza, de todas maneras se nota un crecimiento de un año a otro.

Lo mismo ocurre en las personas de más de 55 años. En 2016 el 51% usaba Smartphones, notando un crecimiento a un 60 por ciento.

También el uso de la radio online en el auto aumentó su número. Fue de un 37% en 2016 a un 40% en 2017, alegando haber escuchado alguna vez radio allí.

Las plataformas más escuchadas: Pandora (32%), Spotify (18%), iHeartRadio (13%), SoundCloud (11%).

Fuente: The Infinite Dial -EEUU

La Radio Online en Europa

- La radio se destaca entre el género masculino. (España)
- La radio se destaca como el medio más creíble. Internet y los Diarios son los medios que le siguen a la radio.
- Las mujeres y los individuos de 46-65 años son los que consumen este tipo de medios con mayor frecuencia.

Fuente: IAB Spain de 2017 en un estudio que se realizó en España a hombres y mujeres entre 16 y 65 años durante el mes de marzo

La Radio Online en Argentina

• Los Millennials y la Generación Z, chicos de 18 a 34 años: 33 horas semanales conectados a los dispositivos móviles.

• Dentro de los dispositivos, lideran los Smartphones con un 11,5 horas semanales.

• Argentina posee una penetración de internet del 68%, siendo la segunda en la región latinoamericana liderada por Chile con un 71,7%.

• Los argentinos pasamos un promedio de 9,8 horas semanales conectados al teléfono inteligente: 5° en la región latinoamericana el tiempo de conexión solo a través de este tipo de dispositivos ya supera el tiempo frente a la TV.

• Argentina posee un promedio de 19,3 aplicaciones instaladas. Entre las actividades más destacadas en el uso de los smartphones: el 85% los utiliza en redes sociales, el 84% para el envío y recepción de mensajes instantáneos y el 83% para el envío o recepción de mensajes SMS.

Fuente: IMS 2016

Plataformas de Distribución Contenidos Radiofónicos

ARGENTINA PODCASTERA
GUÍA DE PODCASTS DE ARGENTINA

DEEZER

Spotify

RADIO CUT

comunidadfusa

consumo multiplataforma

SOUNDCLOUD

aha

tunein

Google Play

YouTube

WhatsApp

Spreaker

iTunes

vimeo

cienradios

Raddios

Listen2MyApp

Mixcloud

bandcamp

¿Qué es CADERO?

CADERO CÁMARA ARGENTINA DE RADIOS ONLINE

Tiene por objetivo **la profesionalización y capacitación de todos los Directores y Productores de Radio On Line en sus diferentes formatos.**

Provee información, datos, conocimientos teóricos y empíricos para estimular la producción de contenidos radiofónicos digitales y **reconocimiento como sector dentro de las Industrias Culturales y Creativas.**

Servicios que brinda...

Asesoramiento a personas físicas y/o personas jurídicas para el desarrollo, sostenibilidad e innovacion de esta Industria Creativa que aporta al acervo cultural del país y expande toda su potencialidad.
Comisiones de: Directores, Productores, Proveedores y Anunciantes

CADERO
CÁMARA ARGENTINA DE RADIOS ONLINE

CADERO CÁMARA ARGENTINA DE RADIOS ONLINE

Valores

Profesionalismo para impulsar el sector de la radiofonía online Argentina.

Transparencia en la gestión de la información sectorial.

Comunicación **dinámica** con los asociados y públicos externos.

Honestidad para validar las mejores prácticas en la gestión y divulgación de las emisoras online.

Pasión por el crecimiento de un medio argentino cuya historia nos enorgullece.

Visión

Fomentar, desarrollar y profesionalizar las emisoras online de la República Argentina, como actor fundamental en la producción y difusión de contenidos culturales con más valor agregado, aprovechando el impulso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Consolidar a las Radios On Line como medio interactivo del nuevo ecosistema mediático digital, Es uno de los medios de comunicación más versátiles y participativo que potencia el rol social de la radio, en la dinamica actual de la Convergencia Digital.

CADERO

CÁMARA ARGENTINA DE RADIOS ONLINE

CADERO

CÁMARA ARGENTINA
DE RADIOS ONLINE

¡Muchas gracias!

comunicacion@cadero.com.ar
www.cadero.com.ar

caderook