

Índice

Introducción	25
Interés por el tema	28
Estado del arte	30
a) Revisión Bibliográfica	30
b) Antecedentes de investigación	31
Objetivos	33
Hipótesis de trabajo	34
Metodología del estudio	35
Estructura de la tesis	36
Parte I - Hacia un nuevo modelo de radio municipal	37

Capítulo 1

La radio en la aldea global

1.1. Introducción	39
1.2. Descifrando la sociedad de la información	41
1.2.1. Breve historia de la Sociedad de la Información, una aproximación teórica	41
1.2.2. La influencia política en el advenimiento de la Sociedad de la Información	45
1.2.3. Las TIC como elemento dinamizador de la Sociedad de la Información	50
1.3. Una aproximación morfológica al concepto	55
1.4. El concepto de Sociedad Red	57
1.5. La ciudadanía digital	61
1.6. Entre lo global y lo local	65
1.6.1. El carácter hiperlocal de los medios de comunicación	69
1.7. La sociedad y los medios de comunicación	70

1.8. La radio en la aldea global.....	74
1.8.1. La presencia de la radio en la Sociedad de la Información	77

Capítulo 2

La evolución de la radio en la Red

2.1. Introducción	81
2.2. El nacimiento a nivel mundial de las bitcasters	82
2.2.1. El caso Español de la emisión a través de Internet	85
2.2.2. La tecnología <i>streaming</i> como método innovador.....	85
2.2.3. La tipología de la radio online	88
2.2.4. Los hábitos de consumo de la radio online.....	96
2.2.5. La irrupción de los prescriptores musicales en el <i>streaming</i> de audio	100
2.3. Podcasting, hacia un nuevo paradigma de la radio	105
2.3.1. <i>Podcast</i> o <i>podcasting</i> , definición y características	106
2.3.2. El surgimiento del <i>podcasting</i>	111
2.3.3. La evolución en el consumo de <i>podcasts</i>	116
2.3.4. La segunda era del <i>podcasting</i>	123
2.4. La radio móvil	132

Capítulo 3

La interactividad como elemento dinamizador de la radio municipal

3.1. Introducción	139
3.2. La interactividad define el nuevo modelo	140
3.2.1. Concepto y características	144
3.3. Participación e interactividad en la comunicación radiofónica	163
3.3.1. Niveles de participación, modelos de interactividad y tipos de usuarios	164

3.4. La postulación del nuevo modelo comunicativo de la interactividad.....	166
3.5. Expresividad en la interactividad	168
3.6. De la radio interactiva a la radio transmedia	173
3.6.1. Definición de transmedia.....	173
3.6.2. La radio en el escenario transmedia.....	176
3.6.3. Características del relato transmediático	178
Parte II - Caso de Estudio: Llosa FM Emisora Municipal	181

Capítulo 4

Génesis e historia de Llosa FM

4.1. Introducción	183
4.2. Un recorrido por la historia de Llosa FM.....	184
4.2.1. Las diferentes etapas de Llosa FM según sus colaboradores	188
4.2.2. El progreso de la marca.....	190
4.2.3. Modelo de gestión indirecta.....	192
4.2.4. La publicidad como fuente de financiación.....	193
4.3. Los estudios y su evolución	196
4.4. El crecimiento de la programación y los locutores con mayor dedicación.....	211
4.4.1. La programación de Llosa FM.....	212
4.4.2. El papel del colaborador en Llosa FM	217
4.5. La radio local como eje vertebrador de la lengua, cultura y tradiciones autóctonas	227
4.5.1 El uso del valenciano en este medio de comunicación local	227
4.5.2. La cultura propia de un pueblo	228
4.5.3. Las costumbres y tradiciones como señas de identidad de un territorio	230
4.6. Las acciones de Llosa FM en materia de estudio e investigación.....	232
4.7. Relaciones con otras emisoras de carácter internacional	244

Capítulo 5

Tecnología e interacción social en Llosa FM

5.1. Introducción	247
5.2. Apuesta por el streaming desde los albores de Llosa FM	248
5.2.1. La primera aparición en la web	248
5.2.2. El progreso de la web de Llosa FM	249
5.2.3. Varios canales temáticos online ofrecidos por una misma radio	251
5.2.4. La web como resultado de un Proyecto Fin de Carrera.....	254
5.2.5. La adaptación a la Web 2.0.....	256
5.3. El <i>podcasting</i> en Llosa FM	258
5.4. Una aplicación móvil propia.....	262
5.5. La presencia de Llosa FM en las redes sociales	267
5.5.1. Llosa FM en <i>Tuenti</i>	268
5.5.2. Llosa FM en <i>Facebook</i>	269
5.5.3. Llosa FM en <i>Twitter</i>	270
5.5.4. Llosa FM en otras redes sociales de vídeo y fotografía.....	271
5.5.5. Llosa FM en <i>Google+</i>	273
5.5.6. El uso de <i>WhatsApp</i> en Llosa FM.....	274
5.6. La Coctelera 3.0, innovar en la radio local es posible.....	275

Conclusiones, Apéndices y Bibliografía 281

Conclusiones

Conclusiones.....	281
Líneas futuras.....	289

Apéndice <i>Parrillas de Programación Llosa FM</i>	293
Bibliografía.....	301