

Deconstruyendo los medios

Cómo adaptar las empresas de comunicación al entorno digital



¿Qué labores hay que llevar a cabo para lograr la transformación digital de un medio de comunicación? Pepe Cerezo, consultor experto en estrategia y transformación digital de empresas de comunicación, ha colaborado con los principales editores de habla hispana. Fue seleccionado por *El Mundo* como uno de los 25 españoles más influyentes de Internet.

Pepe Cerezo

Manuales de Economía y Empresa

» Pepe Cerezo

Deconstruyendo los medios

Cómo adaptar las empresas de comunicación al entorno digital

¿Cómo ha afectado la digitalización a los medios de comunicación tradicionales? ¿Cómo se puede actuar sobre la cultura organizacional para impulsar la transformación digital de la redacción?

Muchos pensaron que el periodismo digital era una moda que pasaría de largo. Pero no ocurrió. Después llegó la crisis y no faltaron las voces que alertaban de que aquello sería una recaída transitoria y que, recuperada la economía, todo volvería a su cauce. Lejos de ser así, la pandemia ha actuado como un nuevo acelerador de cambio necesario. Ha llegado la hora de saber cómo transformar los medios para adaptarlos a la era digital. Se requieren nuevas respuestas sobre el propósito último de las organizaciones periodísticas, y saber cómo transitar hacia una cultura que facilite una transformación digital exitosa.

En estas páginas conoceremos los retos a los que se enfrentan los medios en su camino hacia esa transformación así como la necesidad de cambiar la cultura de las organizaciones para configurarse en comunidades de interés.

«Explica de forma amena y clara cuáles son los retos a los que se enfrentan los medios de comunicación a medio plazo. Es perfecto para entender el preocupante panorama actual en el sector de la información». Pablo Romero, redactor de Derechos Digitales, Tecnología y Defensa (Público).

José Cerezo es experto en estrategia y desarrollo de negocios digitales, especialmente en el sector de los medios de comunicación. Actualmente es director de Evoca Media, fundador de Digital Journey y socio de Programmatic Spain. Ha colaborado con los principales editores de habla hispana. Es autor de *Los medios líquidos*. La transformación de los modelos de negocio y *Los medios ante los modelos de suscripción*. Actualmente es mentor para medios locales del programa Table Stakes Europe de WAN-IFRA y del Facebook Acelerador Project. Además imparte la asignatura de Organización y Gestión de la Empresa Informativa en la Universidad Carlos III de Madrid.



Thema: KJU; KJV
978-84-17828-94-3
176 páginas, ilustrado
Rústica con solapas
14.5 x 22 x 1.1 cm · 286 g
PVP: 17.95 €