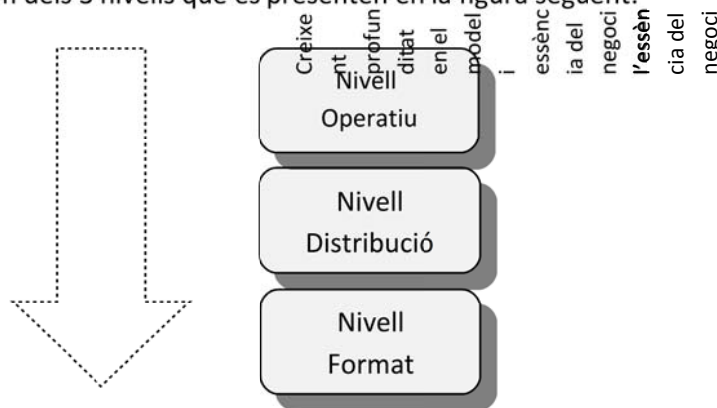


L'impacte de les TIC en els Mitjans de Comunicació, Media.

Tots els àmbits de la Societat i Sectors de l'Economia s'han vist profundament alterats per les Tecnologies de la Informació i les Comunicacions (TIC). Però, en aquells que ténen per producte de base un bé immaterial, intangible, l'impacte de les TIC és integral. És el cas dels Mitjans de Comunicació, els Media.

Efectivament, cap Sector pot prescindir, avui, dels factors competitiu que les TIC li proporcionen. Tant si ens fixem en empreses del sector primari, com en empreses de fabricació o de serveis, les TIC proporcionen eines imprescindibles per a la millora de tots els processos interns i externs: siguin d'aprovisionament, de fabricació, tècnics, de gestió, financers, comercials i de distribució, etc...

Però el cas dels Media és un cas molt particular. És una indústria que produeix i distribueix Continguts d'Informació i d'Entreteniment audiovisuals destinats als ciutadans. Com a Sector, està extremadament afectat per la irrupció de les TIC perquè el seu impacte té diferents nivells que es superposen i que converteixen en molt més complexa l'adaptació de les estructures empresarials i el tipus de producte a la nova Tecnologia, als nous temps. Per simplificar, parlem dels 3 nivells que es presenten en la figura següent:



El primer nivell, que anomenarem "Operatiu", és al que estan sotmesos tots els Sectors i empreses. És el que té que veure amb la modificació (per a la millora) de tots els processos empresarials, siguin de caire general o bé els específics d'aquesta indústria. Dins dels generals podríem anomenar, per exemple, els ja esmentats relatius a la Gestió: la informació en temps real, idèntica i compartida per tothom en els diferents àmbits i funcions: permet una presa de decisions més ràpida i documentada, amb la mínima indeterminació i, per tant, mínim marge d'error.

En el camp dels processos específics, la fabricació dels continguts audiovisuals ha canviat substancialment des de la incorporació de la tecnologia Digital. En els entorns de producció, per exemple, han desaparegut les cintes magnètiques de vídeo analògiques o digitals, on s'emmagatzemava el contingut, i els equips d'edició dedicats, deixant pas, avui, a servidors en línia i a eines d'edició que es poden fer anar des de qualsevol PC. Així, un mateix contingut o material audiovisual ara està disponible en temps real per a totes les persones que l'hagin de manipular, en qualsevol moment i, molt important, des de qualsevol lloc del món amb

connexió a Internet. Això vol dir, per exemple, que la producció audiovisual pot estar distribuïda en localitzacions geogràfiques diferents, sense deixar de treballar en un mateix producte.

Aquest primer nivell d'impacte ha suposat canvis profunds en la manera de treballar d'aquestes empreses, grans estalvis econòmics i notables millores de productivitat.

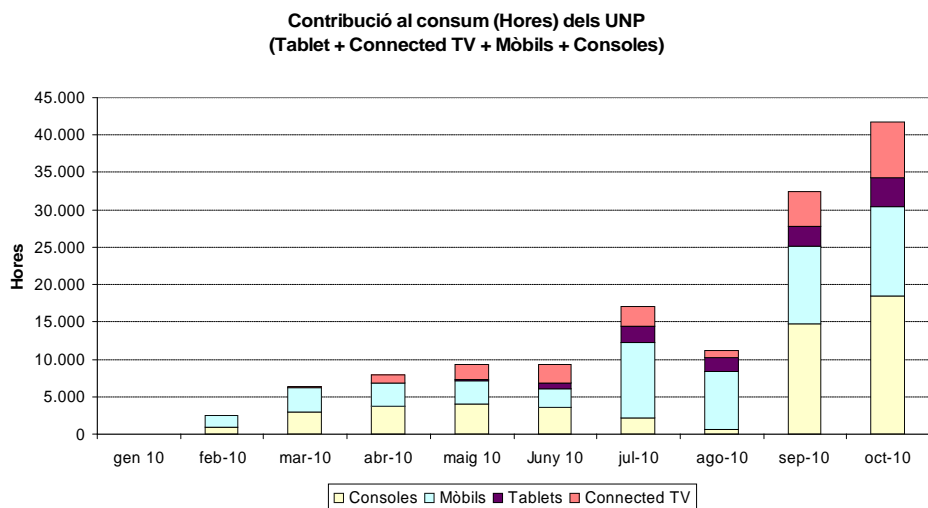
El segon nivell, el de Distribució, és ja més profund en termes de model de negoci o de l'essència mateixa de l'activitat que es desenvolupa. Aquest nivell es posa de manifest molt clarament quan observem fins a quin punt els Media han desbordat els seus canals de distribució tradicionals, la Ràdio i la TV analògiques, i ofereixen els seus continguts a través de més canals de TV Digital, d'Internet, de les Xarxes Socials, dels dispositius portàtils com mòbils, iPhones i iPads, les consoles de jocs o bé últimament els ConnectedTV's, TV's connectats a Internet.

La TV Digital, la TDT, ha suposat una explosió en la oferta de canals de TV en obert. Això ha provocat una gran fragmentació de l'audiència donat que la demanda de TV no ha crescut en la mateixa proporció; de fet ha crescut molt poc. Així, l'impacte econòmic de la nova tecnologia, negatiu en aquest cas, és la caiguda de l'audiència i per tant dels preus de la publicitat i del seu marge, degut a la gran rivalitat existent entre els diferents competidors per un mateix mercat que no creix. Es modifica el model de negoci i la seva essència perquè els Media es veuen obligats a adaptar-se a uns escenaris d'audiència i d'ingressos decreixents, i, ahora, de més producció i cost per omplir els nous canals de TDT que tenen atorgats.

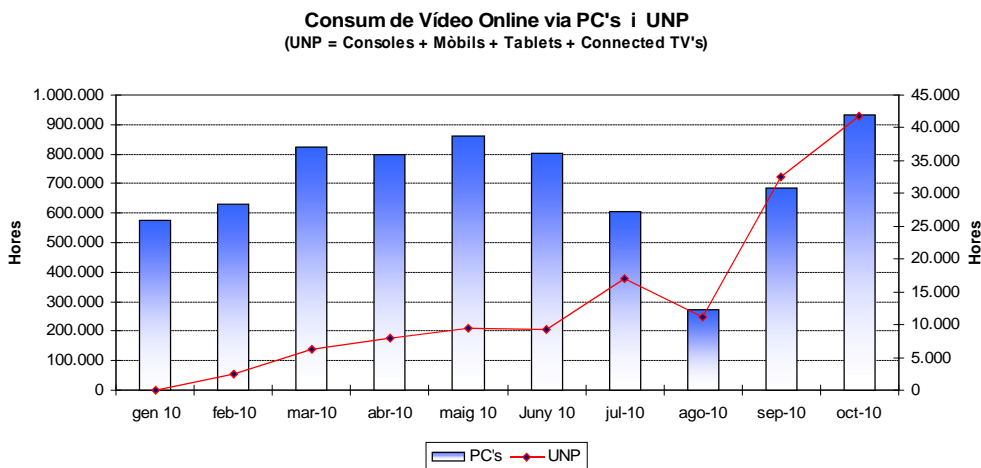
L'altra cara de la mateixa moneda són les Noves Plataformes de distribució, habilitades també per la Tecnologia i la Convergència Digital, que experimenten un extraordinari creixement, fruit de l'increment d'usuaris d'Internet, de la disponibilitat de Banda Ampla, i dels serveis innovadors que aquestes plataformes permeten oferir als usuaris: un dels més importants, el VOD (Vídeo sota Demanda). Aquí sí que es descobreix una nova demanda, que és sostingudament creixent en el temps

Així, en el cas de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), quan la quota de mercat de TV ha caigut gairebé un 40% en els últims 6 anys, el consum de VOD ha crescut sostingudament a ritmes de més del 100% anual. Al 2010, quan el consum mig arriba ja a 1 milió d'hores al mes, amb més de 250.000 vídeos diaris, el creixement interanual encara és del + 68% respecte al 2009.

A més, les TIC, permeten contínuament obrir nous canals de distribució, que experimenten, tots ells, un gran creixement. Un exemple: el gràfic següent mostra com ha evolucionat el consum del servei “TV3alacarta” de la CCMA a les plataformes inaugurades al 2010 com són l’iPhone / iPad / Connected TV’s i consoles de jocs:



Tots ells han crescut individualment, i, en conjunt, tot i partir de zero a principis d’any, a l’octubre del 2010 ja assoleixen una xifra significativa al voltant del 4.5% del consum del “TV3alacarta” mitjançant PC’s.



En distribució, per tant, l’impacte de les TIC és extremadament significatiu, i planteja riscos, com hem vist amb la TDT, però també oportunitats per a descobrir nous camins de creixement (Noves Plataformes).

Finalment, el tercer nivell, el de Format, és profundament intrínsec a la naturalesa del negoci, tal com ho expressa la primera figura. El Format és el llenguatge en que els Media construeixen el seu missatge, és el codi d’expressió amb el que comuniquen el seu producte, sigui

informatiu o bé d'entreteniment. I aquí, les TIC han tingut també un impacte extremadament important. Les TIC han posat a disposició dels ciutadans, dels usuaris dels Media, no només nous dispositius sinó també noves maneres de relacionar-se amb la informació i l'entreteniment. Internet ha possibilitat la nova era de la comunicació interactiva, en que l'usuari final no només escolta i mira, sinó que respon i vol participar. És també l'era del treball col·laboratiu, en que les persones han deixat de ser destinataris purs de la informació i han passat a ser també fonts d'informació, generadors d'informació en obert, per a tothom. És l'era de les xarxes socials, en que ja no hi ha un Comunicador principal i un univers d'usuaris que escolten sinó que el flux de comunicació és en totes direccions, en xarxa, i tothom pot ser un Node d'aquesta xarxa. Així, els formats antics, els televisius o radiofònics de sempre, esdevenen obsolets, i els participants d'aquesta gran xarxa aprecien cada cop més els productes de Comunicació en que ells puguin tenir un rol actiu, participar, opinar, incidir en aquella experiència, o fins i tot protagonitzar-la. És a dir, es democratitza la Comunicació fins a la individualitat.

Aquest és potser el major repte per al Sector dels Media. Perquè implica fer profundes innovacions en el llenguatge en el que sempre s'han expressat i en tots els elements creatius i de producció que porta associats, per tal de poder aspirar a mantenir la confiança d'uns usuaris que tenen milers d'opcions alternatives per a les seves necessitats d'informació i d'oci.

En resum, el Sector dels Media és un dels més afectats per la irrupció de les TIC i la seva contínua evolució. Un impacte en 3 diferents nivells: cada un prou important com per revisar profundament les estructures i processos existents. I, els tres alhora, un repte de proporcions immenses que determinarà sens dubte la supervivència i enfortiment dels qui es dotin de les millors pràctiques de Management per fer-hi front i la obsolescència i desaparició dels qui pretenguin seguir fent el que feien en el passat.

Santiago Miralles

Membre de la Junta del Cercle

