

EL FUTURO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANTE EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

La transformación que los medios de comunicación van a experimentar por el impacto de la tecnología, va a estar determinada fundamentalmente por cinco grandes tendencias:

- *El acceso masivo a la banda ancha y la conexión permanente on-line.*
- *La evolución de los medios al cambiar su enfoque de oferta por otro de demanda.*
- *La integración vertical de la industria de contenidos con los canales de distribución.*
- *La posibilidad de acceso a diferentes medios de comunicación a través de un mismo terminal.*
- *La estratificación y globalización de las audiencias.*

Así se desprende del estudio llevado a cabo por la Fundación Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial (OPTI), con la colaboración de la Fundación EOI y el Instituto Catalán de Tecnología (ICT).

Los expertos que han colaborado en la realización del citado estudio, vislumbran un próximo futuro, que se extiende hasta los siguientes quince años, en el que se señalan diferentes transformaciones en los medios de comunicación y cómo, en algunos de ellos, ya se están produciendo en la actualidad. Internet, por ejemplo, aunque de forma incipiente, ya ha comenzado a cambiar los métodos de trabajo en los medios, en la información y en la comunicación.

El número de usuarios de los diarios digitales aumenta a un ritmo superior al de los nuevos internautas y las audiencias de los diarios on-line empiezan a superar a las de sus homónimos en papel. Hoy día los medios digitales disponen de más de 2'6 millones de lectores diarios.

Los periodistas se han tenido que adaptar a trabajar de cara a la nueva realidad digital, mientras nuevos agentes de la información empiezan a señalar con su actividad que el periodista puede comenzar a no ser imprescindible.

Los medios digitales comienzan a significar una amenaza ante los medios clásicos, al ser cada vez más los lectores de prensa on-line que dejan de comprar prensa escrita. Todo ello, a la vez que aumenta el porcentaje de personas que consultan Internet y abandonan paulatinamente la televisión, aunque en la actualidad esta tendencia sea testimonial.

El estudio también indica que ante este nuevo panorama no todo es positivo. Los resultados de una encuesta sobre la situación laboral de los periodistas digitales revela la inestabilidad laboral en la que la mayoría realiza su trabajo. Por su parte, el consumidor de información está pasando de ser un usuario que demanda información, a convertirse en algunos casos en parte de ella, tal como ocurre en los weblog y warlog.

Este escenario incipiente, complejo y esperanzador en el que alumbran nuevas formas de información y comunicación, es el que ha permitido a los expertos consultados en el presente estudio vislumbrar la transformación de los medios en el horizonte de los próximos quince años, que se sintetizan en las siguientes sentencias:

I. En cuanto a la transformación de los medios

En el proceso de transformación de los medios de comunicación debido al impacto de las nuevas tecnologías, se han identificado las siguientes tendencias:

- *Se prevé que en el futuro exista una continuidad en el proceso de concentración de los medios en grandes grupos de comunicación multimedia. Esta tendencia se verá impulsada por la necesidad de conseguir la dimensión necesaria para poder competir en el mercado.*
- *La marca seguirá siendo un factor clave para el éxito en el mercado. El éxito de las empresas de comunicación pasará por crear marcas diferenciadas de producto, que serán utilizadas en plataformas múltiples.*
- *La publicidad continuará siendo la principal fuente de ingresos y se orientará progresivamente hacia la promoción de los valores de marca, con lo que aumentará el poder de las grandes marcas sobre los medios, los cuales diversificarán sus fuentes de ingresos mediante la prestación de servicios.*
- *Los nuevos medios de comunicación se basarán en el concepto uno a uno (seleccionar lo que nos interese) en lugar de uno a muchos (tomar lo que nos ofrezcan), con lo que la idea de negocio cambiará radicalmente de un enfoque de oferta a uno basado en la demanda.*
- *Los nuevos medios carecerán de cierre y tendrán una edición continua en la que primará la inmediatez de la información por encima del análisis y la investigación que se adaptará al soporte al que vaya destinada.*
- *A largo plazo aparecerá una nueva generación de medios de comunicación basados en el acceso de banda ancha desde terminales fijos o móviles, muy fáciles de usar.*
- *Las nuevas formas de operar y editar la información requerirán de los profesionales una formación multimedia permanente. Este nuevo modelo estará justificado por la necesidad*

de aumentar la productividad, reducir costes y mejorar la competitividad de las empresas de comunicación.

- *Se tenderá hacia la externalización de las actividades de producción acudiéndose cada vez más a los servicios profesionales móviles. Proliferará la modalidad de “periodismo participativo” en el cual se dejará sentir de forma notoria la “voz del usuario”. Los contenidos se diseñarán en origen para ser adaptados rápida y fácilmente a diferentes formatos multimedia.*

II. En cuanto a los Canales de Distribución / Cadena de Valor

En lo referente al impacto de las nuevas tecnologías en los canales de distribución y la cadena de valor de los medios de comunicación, se han identificado las siguientes tendencias:

- *La industria de contenidos vinculada al derecho de distribución constituirá un gran sector económico en el futuro que desplazará ostensiblemente el poder de negociación hacia los creadores de contenidos. Las grandes agencias de noticias seguirán en el mercado, pero convivirán con fuentes alternativas más especializadas.*
- *No se prevé, al menos a medio plazo, una canibalización drástica de la prensa escrita por parte de los nuevos medios on-line, aunque resultará perjudicada.*
- *La TV digital, en un escenario a largo plazo, potenciará su difusión con nuevos contenidos y mayor número de canales gratuitos, y será mayoritaria al final de la presente década. El conocimiento de las preferencias de los clientes permitirá una distribución personalizada de contenidos dirigidos a públicos concretos.*
- *El cable para la TV y la tecnología XDSL constituirán el acceso predominante a la banda ancha en los hogares.*

III. En cuanto a las Audiencias / Usuarios

En este apartado, el estudio realizado ha tratado de identificar cómo reaccionará **la posición de las audiencias o de los usuarios** ante los cambios que las nuevas tecnologías van a producir en los medios de comunicación.

- *Internet restará audiencia a los medios convencionales de forma notable, fenómeno que ya se viene observando.*
- *El terminal de TV y la pantalla del ordenador convergerán de tal manera que será indistinto seguir un programa por cualquiera de los dos medios. Ambos, dentro de un espacio de conectividad de banda ancha, podrán ser sustituidos por una gran pantalla como terminal principal.*

- *El comercio electrónico, a través de la TV digital terrestre, T-Commerce, conseguirá un cierto grado de desarrollo, pero tardará en despegar. Los expertos sitúan el horizonte temporal para el T-Commerce en el periodo 2011-2015.*

IV. En cuanto a las Condiciones del Entorno.

En este último apartado se han considerado todos aquellos temas que, sin pertenecer de forma intrínseca a la cadena de valor, van a condicionar de una manera importante el futuro de los medios de comunicación. Se trata de analizar las **condiciones del entorno** que hacen referencia sobre todo a los **aspectos legales y normativos**, así como a la **instrumentalización** de los medios, entre otros.

- *Aparecerá una nueva legislación específica para el control y gestión de los derechos de autor.*
- *La competencia entre las operadoras de telecomunicaciones se verá limitada por una clara tendencia hacia un proceso de concentración.*
- *Los medios de comunicación continuarán siendo el canal de transmisión de la ideología política de los grupos o partidos que estén detrás de ellos.*