



¿Es el entorno digital un vivero de oportunidades profesionales?

Juan Menor Sendra
Universidad Rey Juan Carlos

Industrias culturales

Industrias creativas

TIC

Industrias digitales



¿A qué nos estamos refiriendo?



Convergencia digital

- Contenido (audio, vídeo, datos).
- Plataformas (PC, TV, Internet, videojuegos).
- Distribución (cómo llega el contenido a la plataforma).



Convergencia digital

- El conjunto de procesos de transformación social, económica y organizativa y tecnológica que la digitalización está haciendo posible e impulsando.
- Ruptura de la relación entre un tipo de contenido y un soporte analógico. Se unifican mercados antes impermeables.



Convergencia económica

- Convergencia primaria de sectores. Progresivamente se van rompiendo las fronteras entre los sectores que procesan (las tecnologías de la información y electrónica), transmiten (telecomunicaciones) o generan (media) información digitalizada). Estrategia corporativa de Apple Computer en los 90. De facto está surgiendo un macrosector que agrupa a los tres anteriores.
- A finales de los 90, coincidiendo con el desarrollo de nuevos modelos de negocio asociados a Internet, aparece la convergencia secundaria de sectores. Todos aquéllos que comparten un mismo canal digital para la relación con sus clientes constituyen de facto un sector, aunque proviniesen de sectores tradicionales diferentes.



Convergencia de redes

- Desde los 90 se acuña el concepto “all over IP” para mostrar la progresiva adopción del protocolo IP como base para cada vez más infraestructuras de redes.
- La convergencia de redes implica que cada vez más redes digitales superponen sus servicios de forma transparente de tal modo que el usuario final sólo percibe una red única.
- Se usan simultáneamente redes cableadas e inalámbricas



El avance de la digitalización

- Primero fueron los contenidos, sobre todo los audiovisuales, ya que los textuales se encuentran muy retrasados.
- En paralelo se ha producido la digitalización de las redes.
- La digitalización más tardía está siendo la de los dispositivos (cámaras de fotos, televisores y reproductoras/grabadoras).
- La tendencia es que los grabadores de contenidos produzcan directamente en soporte digital o de forma susceptible de ser digitalizada

Nuevos mercados convergentes

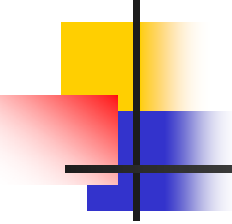


- La Voz sobre IP (VoIP) modifica el negocio tradicional de la telefonía fija. El protocolo IP permite convertir la voz en paquetes de datos y acelera el salto hacia una red digital única que soporta tráfico de voz, datos y vídeo. Se convierte de hecho en un estímulo impresionante para la migración a la banda ancha.

Nuevos mercados convergentes



- Pero la banda ancha está siendo el auténtico motor de la convergencia digital. A su vez, la expansión de la banda ancha depende de la penetración de dispositivos como los ordenadores personales e Internet. En todos los países, estos tres elementos correlacionan muy fuertemente.



¿Existe una meta final de la convergencia?

- ¿Se va a producir algún día una convergencia digital total en el sentido definido por Forman y Saint John (2000), es decir una unión de audio, video y datos en una fuente única, recibida por un dispositivo único a través de una única conexión?



Teconologías capacitadoras

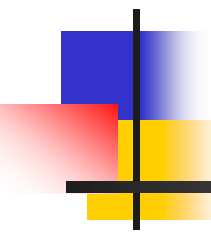
- Desencadenan la innovación y el desarrollo de otras tecnologías nuevas.
- Si triunfan en un sector, éste funcionará como acelerador del avance de otros sectores (sectores capacitadores).
- Los chips de circuito integrado y las redes de comunicación han creado un sector de la economía que está transformando todos los sectores.
- Hoy la tecnología de la escritura abarca prácticamente todo lo que hacemos (no sólo el papel). Las NT (tecnologías de la interacción digital) terminarán abarcando todo lo que hacemos (no sólo los ordenadores)



La digitalización lo será todo

Pero no todos estarán igualmente
“alfabetizados”

¿están los estudiantes de comunicación bien preparados para el nuevo entorno de oportunidades profesionales?





La ubicuidad

- Pero la gran tendencia social de nuestro tiempo podría ser el acceso ubicuo, es decir, disponible en cualquier momento y desde cualquier lugar.
- Incorporar nuevos contextos a la conectividad. Ej., los vehículos (satélite W2A y su inusual antena para transmisiones en banda S).



Hasta ahora

- Operadores de telefonía transporte de voz y datos.
- Fabricantes de equipos, electrodomésticos diferenciados.
- Productores de contenidos, tipo de producto (películas, discos, programas TV, programas radio, videojuegos...).
- Ordenadores, máquinas aisladas.



El cambio: una industria de base digital de los contenidos relativamente independiente de la forma en la que éstos lleguen al consumidor final

- LOS MEDIOS COMPARTEN EN LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE SUS CONTENIDOS Y SERVICIOS EL MISMO LENGUAJE DIGITAL Y SÓLO SE DIFERENCIAN POR LA SITUACIÓN SOCIAL DE ACCESO Y POR LA PANTALLA.
- LOS APARATOS HDTV SON ESENCIALMENTE ORDENADORES COMPATIBLES CON OTROS ORDENADORES.
- LOS GRANDES GRUPOS DE COMUNICACIÓN EMPIEZAN A TENER INTERESES CRUZADOS EN LA PROPIEDAD DE VARIOS MEDIOS PARA EL TRABAJO CONJUNTO EN LA PRODUCCIÓN (?), LA RENTABILIZACIÓN DE LAS MARCAS Y LA AGREGACIÓN DE VALOR MEDIANTE LA UTILIZACIÓN COMBINADA DE LOS PRODUCTOS DIGITALES.
- EL DESPLIEGUE DE CICLOS VITALES MÁS AMPLIOS, CON TODAS LAS VENTANAS POSIBLES DE DISTRIBUCIÓN, ES DECIR, OFERTAS TOTALES DE EXPERIENCIA COMUNICATIVA FRENTE AL MODELO ANTERIOR DE EMISIÓN ÚNICA (DEL TELETEATRO A LA MULTIDIFUSIÓN)



Ejemplos

- Los periódicos: webs, canales, productoras.
- La radio digital “que se ve” (mapas, discos..).
- Música: MP3, empaquetados multicanal...
- Cine “intertextual”. Neomontaje e hibridación (frente a “pegado transparente”) en vídeos musicales y anuncios.
- Cine “digital” (de Star Wars a Pixar-Toy Story). La emoción tecnológica. La “fotografía imposible”.
- Videojuegos: Las películas y dibujos se prolongan en juegos de consola. Revolución: los personajes de estos juegos protagonistas de películas, comics y series. Traslado de la tridimensionalidad.
- Gestión estética: pérdida de autoría, cultura de la copia y del pastiche.
- Espacios protegidos de diversión y la transformación de la experiencia (parques, centros, paseos..)
- Internet y los límites. El webcasting o la producción digital de bajo nivel de operadores consagrados y particulares.



Doble perfil: tecnológico y cultural

- La era digital de las infraestructuras y de las redes oculta el hecho de que la producción y el control de los contenidos será la llave estratégica de la nueva televisión (capacidad de generar valor añadido a los nuevos mercados).



Cultura de la producción

- Bitácoras digitales. Weblogs. Fotologs, podcast, videologs.
- Software basado en códigos abiertos (Linux).
- Desarrollo de estándares tecnológicos (por ejemplo, el DivX, uno de los formatos de compresión y distribución de vídeo más usados).



Tendencias en la producción

- Miniaturización de las unidades móviles.
- Avances en el grafismo y en los efectos especiales.
- Postproducción digital. Único proceso productivo en el que confluyen fuentes distintas de vídeo y de audio.
- Disminución de las fronteras entre las tecnologías domésticas y las profesionales.
- Crisis de las grandes infraestructuras físicas de mantenimiento de los procesos de producción.
- Abaratamiento y desprofesionalización general del proceso productivo (la "otra" cara de la participación del público, de la nueva "cultura de la producción").



Nuevo entorno laboral

- Crecimiento de lo que Robert Reich, el que fuera Secretario de estado de Trabajo con Clinton, ha denominado “analistas simbólicos”, que son los que identifican y resuelven problemas mediante la manipulación de símbolos. Estos “especialistas en la gestión de ideas” ya representarían a principios de la década de 1990, un 20% de la población ocupada en los Estados Unidos



Nuevo entorno laboral

- La mejora de las infraestructuras de comunicación y el avance de los sistemas informáticos facilitan el control y la coordinación de las actividades dispersas.
- La flexibilidad laboral, que se logró suspendiendo la contratación de trabajadores fijos y utilizando empresas de servicios ligadas a proyectos o con contratos temporales, va a seguir siendo la tendencia de futuro.

¿Cuánto de competitivos
somos?





La competencia digital

- Plano tecnológico global
- Plano de las industrias culturales en castellano
- Plano de los mercados protegidos