



FCEI

Fundamentos de la
Comunicación y la
Información II

BLOQUE II:
SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN,
GLOBALIZACIÓN Y POSMODERNIDAD

TEMA 3

El nuevo ecosistema
mediático

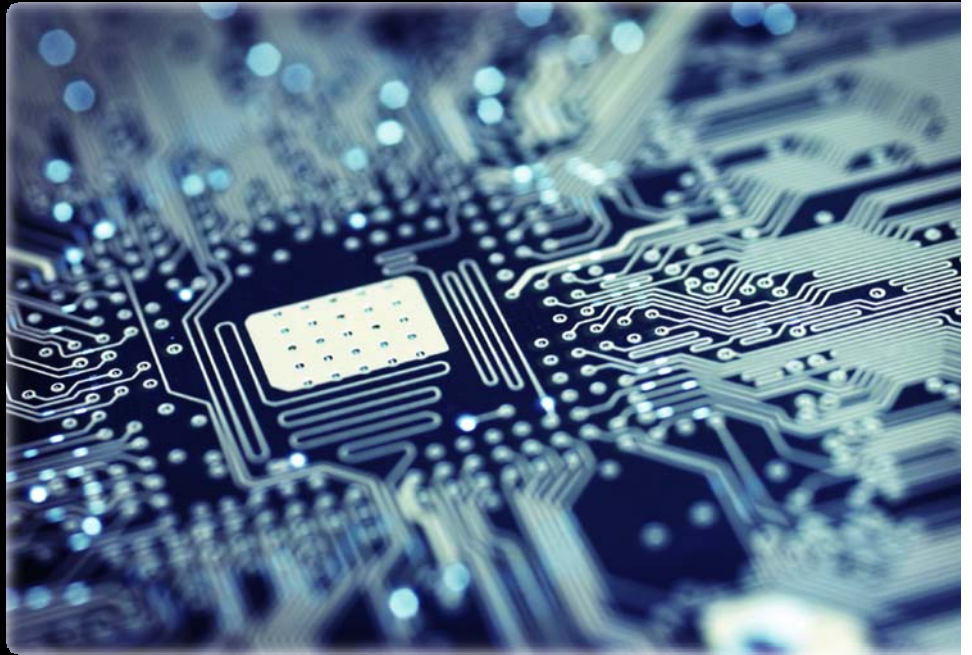
CONTENIDOS

- El impacto de los desarrollos tecnológicos
- El 'viejo' ecosistema mediático
- De las infraestructuras a las redes
- Cambios en los procesos de producción
- Cambios en la distribución
- Revisando el concepto de 'contenido'
- Nuevos perfiles de audiencia, nuevos ritos de consumo
- Hacia dónde vamos



1

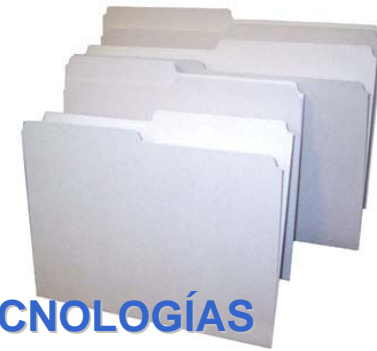
El impacto de los desarrollos
tecnológicos





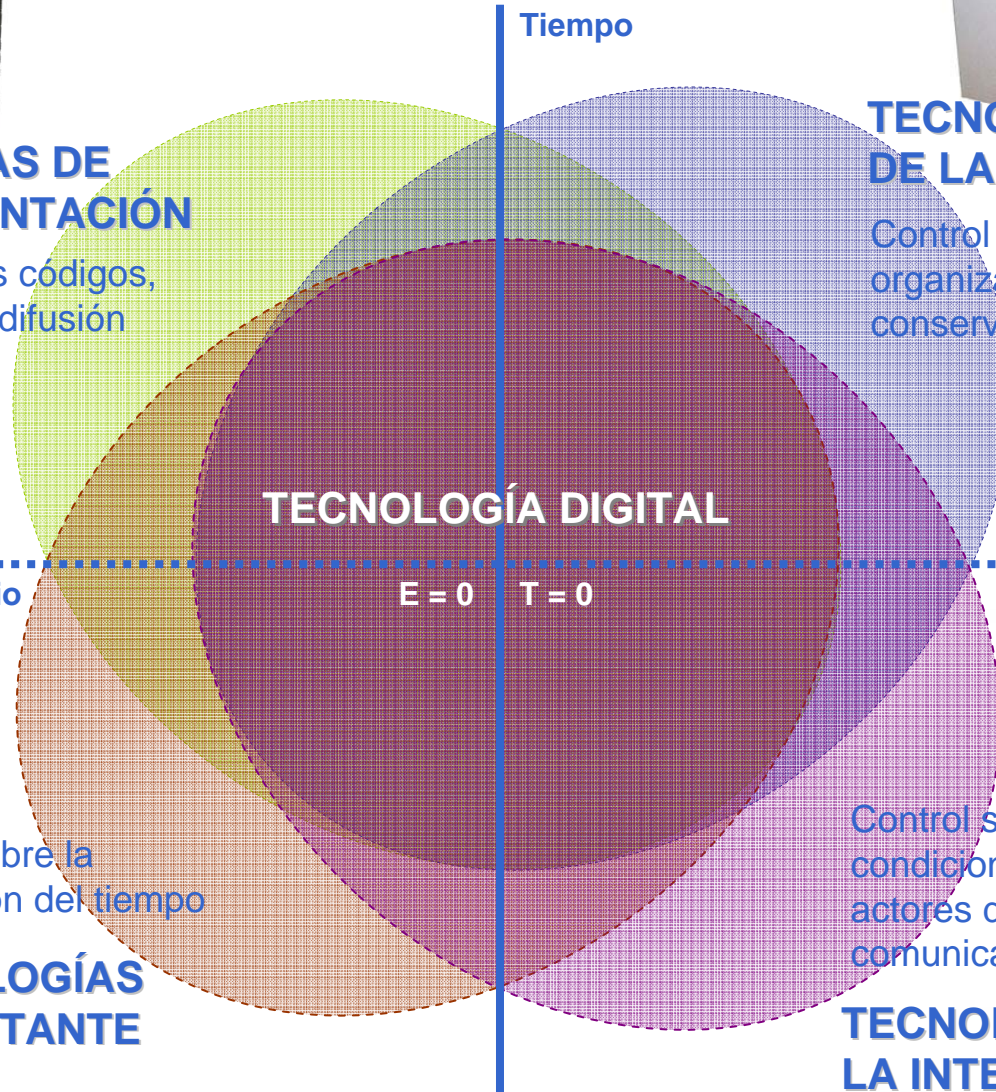
TECNOLOGÍAS DE LA REPRESENTACIÓN

Control sobre los códigos, su producción y difusión



TECNOLOGÍAS DE LA MEMORIA

Control de la selección, organización, acceso y conservación



TECNOLOGÍA DIGITAL

E = 0 T = 0

Espacio

Tiempo



Control sobre la compresión del tiempo

TECNOLOGÍAS DEL INSTANTE

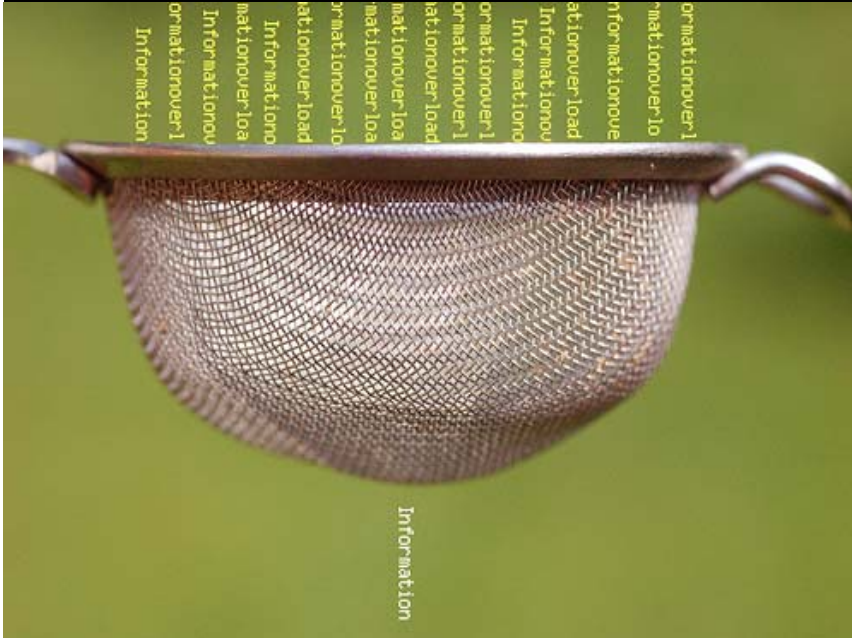


Control sobre las condiciones y los actores de la comunicación

TECNOLOGÍAS DE LA INTERACCIÓN

Sociedad de la Información

Aquella en la que el control y la gestión de los procesos industriales son sustituidos por la gestión y canalización de información



- De escasez a **sobreabundancia** de información
- De elitismo a **accesibilidad**
- De lentitud a **instantaneidad**
- De centralidad a **multicentrismo**
- De recepción pasiva a **interactividad**
- De simplicidad de los procesos sociales a **complejidad**
- Papel clave de **Internet**

Desinstitucionalización



$$\begin{array}{l} + \quad \text{Reducción de costes materiales} \\ \quad \text{Reducción de costes de comunicación} \\ \quad \text{Reducción de costes de distribución} \\ \hline = \quad \text{Pérdida de valor de las infraestructuras} \end{array}$$

Desinstitucionalización

Consecuencias

Ejemplos



CAMBIOS EN LOS MODELOS DE GESTIÓN Y DE NEGOCIO

Inmaterialización de bienes y procesos

Franquicias
Industrias culturales

CAMBIOS EN LOS MODELOS DE GESTIÓN POLÍTICA

Horizontalización del poder. Se altera el modelo de representatividad

Movimientos políticos / Crisis de partidos

DESINTERMEDIACIÓN

Quiebran las instituciones y sistemas de mediación

Industrias culturales
Política
Consumo

CAMBIOS EN LOS MODELOS DEL FLUJO COMUNICATIVO

De uno a muchos
+ De muchos a uno
+ De muchos a muchos

Blogs, redes sociales, social media, sist. de intercambio...

Desinstitucionalización

En la base del proceso de desinstitucionalización se encuentra la consolidación de sujetos sociales con mayores capacidades de actuación



DE CONSUMIDOR PASIVO A...

- Participante
- Miembro de una comunidad
- Ciudadano
- Productor de contenidos
- Transformador de contenidos
- Canalizador de contenidos
- Canalizador de preferencias / recomendaciones / percepciones

CONSUMIDOR + PRODUCTOR = **PROSUMER**

AUDIENCIAS + UGC = **USUARIOS**

What people are doing

Who participates (U.S. online users)

Creators publish Web pages, write blogs, upload videos to sites like YouTube.



Young Teens
12 to 17

Youth
18 to 21

Generation Y
22 to 26

Generation X
27 to 40

Young Boomers
41 to 50

Older Boomers
51 to 61

Seniors
62+

34%

37%

30%

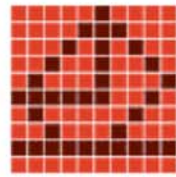
19%

12%

7%

5%

Critics comment on blogs and post ratings and reviews.



24%

37%

34%

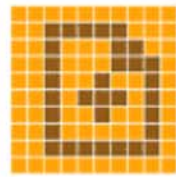
25%

18%

15%

11%

Collectors use Really Simple Syndication (RSS) and tag Web pages to gather information.



11%

16%

18%

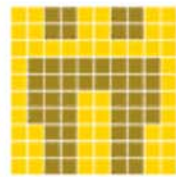
16%

15%

16%

11%

Joiners use social networking sites.



51%

70%

57%

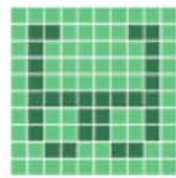
29%

15%

8%

6%

Spectators read blogs, watch peer-generated videos, and listen to podcasts.



49%

59%

54%

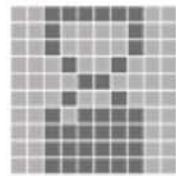
41%

31%

26%

19%

Inactives are online but don't yet participate in any form of social media.



34%

17%

21%

42%

54%

61%

70%

Data: Forrester Research

CHART BY ARNO GHELFI

Ubicuidad / Sincronización



ENTORNO IP GLOBAL

Fase I

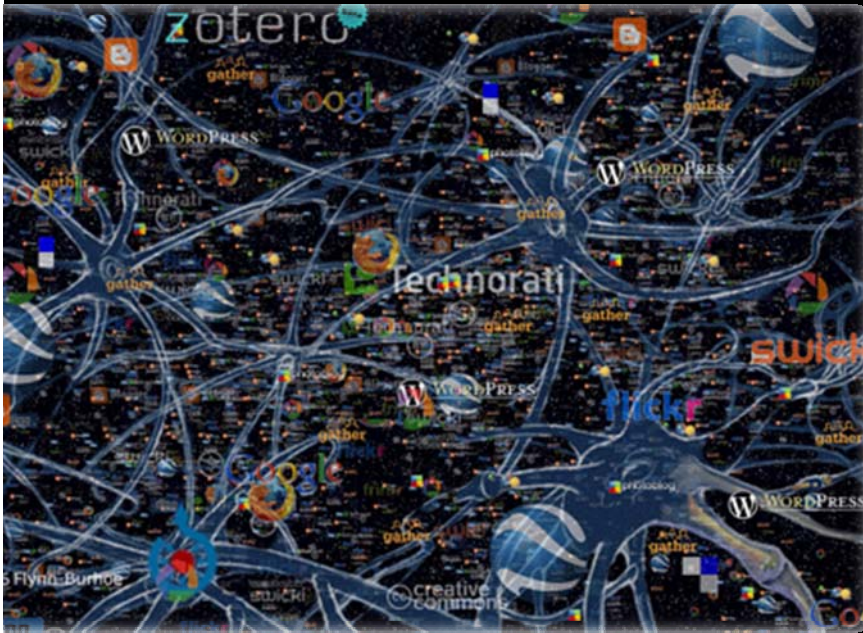
El viejo Internet



- Repositorio de contenidos estáticos
- Navegabilidad creciente
- Poca actualización
- Funciones dominantes: Almacenamiento y acceso
- Internet es una pantalla (para ver)

Fase II

Del Internet de Contenidos al Internet de Relaciones



- Web 2.0
- El contenido pasa a formar parte de relaciones sociales (Social Media)
- Las relaciones articulan la red
- Los contenidos se actualizan y se sincronizan en tiempo real
- Potencian y son potenciadas por la ubicuidad (móviles)
- La identidad es clave (MeSpheres / Marcas)



Web 1.0

Web 2.0

PARADIGMAS

Uno a muchos

Muchos a muchos

CONTENIDOS

Publicar

Participar

Información aislada en webs

Información conectada RSS

Producción individual o institucional

Producción colectiva

Valor de la información

Valor de la conexión
(sindicación)

USOS

Usuario lee y navega

Lee, navega y produce info.

Webs estáticas

Webs dinámicas (BB.DD.)

Interconex. Usuarios/info.

Usuarios/info./procesos

Fuente: Scolari, 2008



INFRAESTRUCTURA

Directorios (taxonomías productor)

Tagging usuario (folksonomías)

Extracción de datos entre programas (screen scraping)

Servicios Web

Cliente-servidor

Entre pares (P2P)

GÉNEROS O TIPOS DE WEBS

Sitios “escaparate”

Aplicaciones Web

Sistemas de Gestión de Contenidos

Wikis

Webs personales

Blogs

MODELOS DE NEGOCIO

Tiempo de permanencia: stickiness

Sindicación de contenido

Especulación con los dominios

Optimización posición (SEO)

Descargas de páginas

Coste por clic

EJEMPLOS



DoubleClick

Google AdSense



Ofoto

Flickr



Akamai

BitTorrent



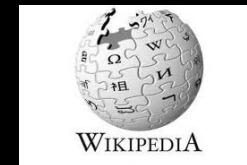
Mp3.com

Napster



Britannica en línea

Wikipedia



Fuente: Scolari, 2008

1

El 'viejo' ecosistema mediático



AUDIENCIAS
[Público homogéneo
Grandes perfiles]



DISTRIBUIDORES
[Canales y
Mediadores de
Acceso]



ANUNCIANTES
[Empresas y agencias]



PRODUCTORES
[Medios,
Intermediarios,
Productores de contenido]



INFRAESTRUCTURA
[Redes de difusión]





El 'viejo' ecosistema mediático

Internet

2

De las infraestructuras
a las redes





Importancia
estratégica de las
TELECOS



Alianzas estratégicas
con el sector
CONTENIDOS

HORIZONTALIZACIÓN
del ecosistema
mediático

HORIZONTALIZACIÓN



CADA ACTOR TIENDE A ABARCAR LAS CAPACIDADES ESTRATÉGICAS DE LOS DEMÁS:

[Las infraestructuras y los distribuidores entran en los CONTENIDOS]

[Los productores entran en las INFRAESTRUCTURAS]

[La publicidad entran en los CONTENIDOS y en la DISTRIBUCIÓN]

[Nuevos actores:
SOFTWARE
HARDWARE]

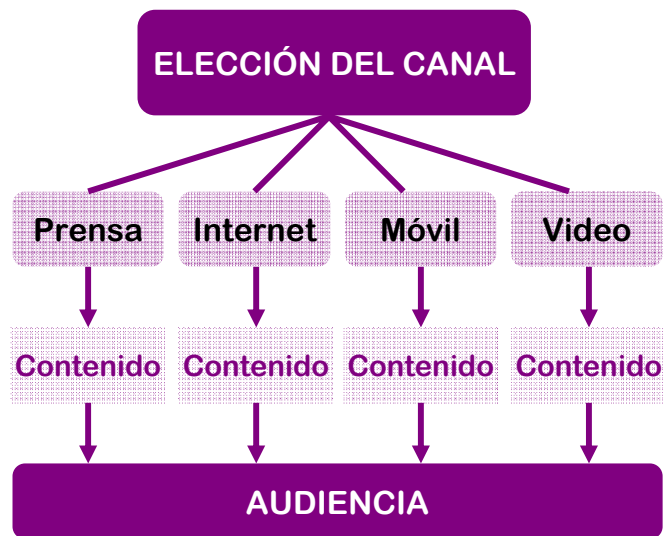
3

Cambios en los procesos de
producción

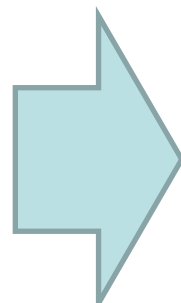
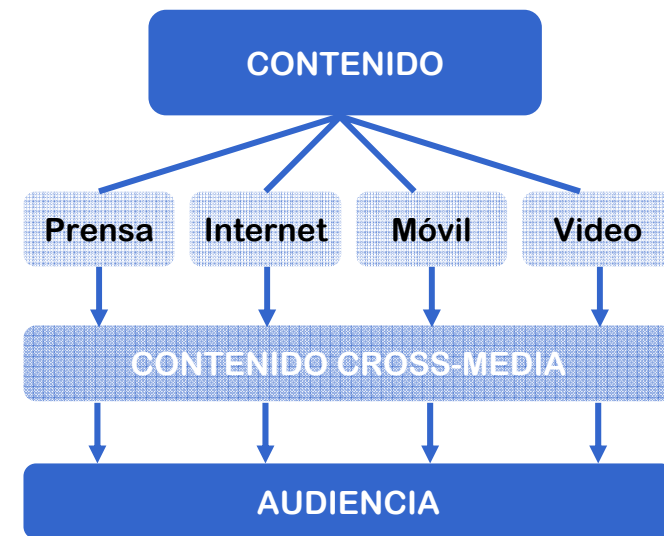


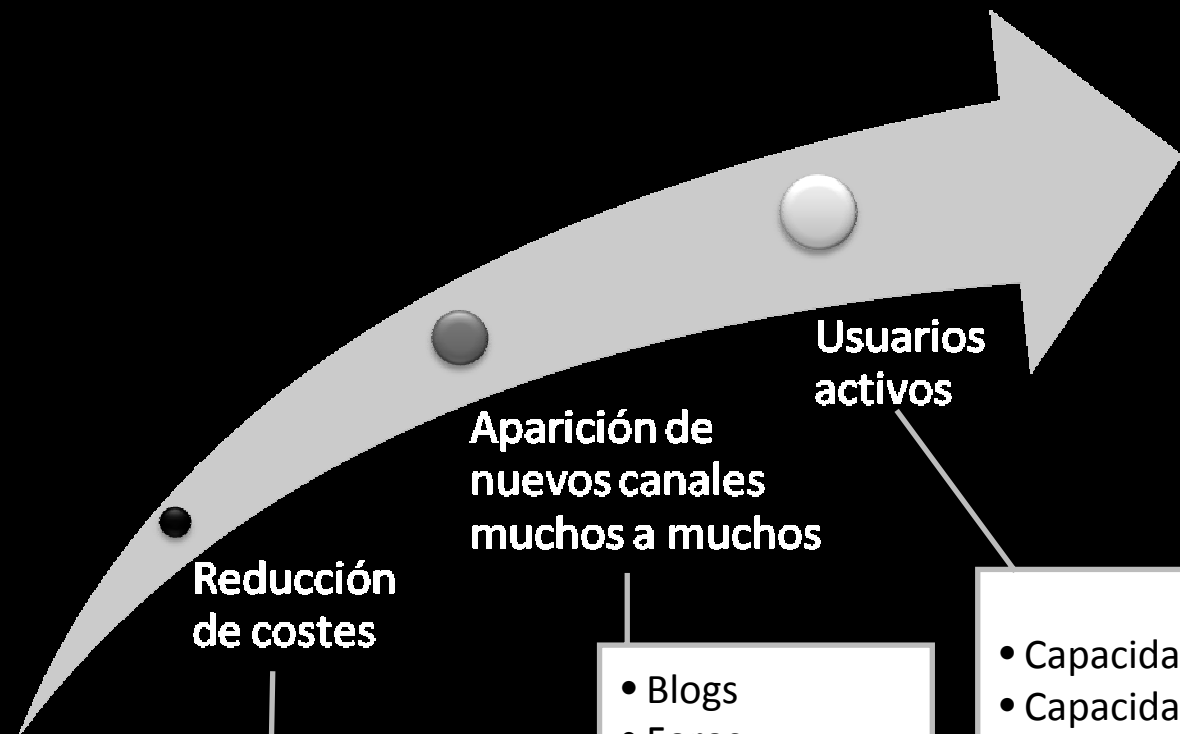


Modelo centrado en la estructura de distribución



Modelo centrado en la producción de contenido





Reducción de costes

- Código abierto
- Desaparición de soportes

Aparición de nuevos canales muchos a muchos

- Blogs
- Foros
- Wikis
- Social Media...

Usuarios activos

- Capacidad de registro
- Capacidad de edición
- Capacidad de difusión



Los USUARIOS intervienen en la PRODUCCIÓN -> UGC

ELPAIS.com > Yo periodista

En Yo periodista hablan de ...

elecciones, dos de mayo, obras, Urbanismo, accidente, fiestas, disturbios, Madrid, Gallardón, Madrid, malasaña, elecciones, Gallardón, Perú, PP, valencia.

Temas activos

- General
Si no encuentras una categoría donde ubicar tu información.
- Elecciones 2007
La vorágine electoral y los problemas de la localidad en vísperas de elecciones. EL PAÍS publica una noticia cada día
- Logros ciudadanos
Comparte las buenas noticias
- Accidentes
De tráfico, laborales



FOTOGRAFÍA Operación en altura de los Bomberos de Madrid

Ayer jueves, a las 20:45, los bomberos del Ayuntamiento de Madrid cortaban dos camiles de la calle del Corazón de María, próxima a la Avenida de América, para acceder, con la ayuda de un camión-grúa de grandes dimensiones, al décimo piso de una vivienda.

Yo, PABLO VILLATA - 10:35

FOTOGRAFÍA

Rescate de altura de los Bomberos de Madrid

Yo, PABLO VILLATA - 10:36

Tudela, la de los puntos negros



envíat tu noticia **NUEVO**

¿Qué es Yo, Periodista? [Enviar noticia](#)

Ayúdanos a construir ELPAIS.com. Si has sido testigo de alguna noticia, envíanosla y nosotros la publicamos. Puedes mandarnos textos, fotos, videos o documentos. Ahora los lectores de ELPAIS.com se convierten en periodistas. [Preguntas frecuentes](#)

Premios

- MEJOR YO, PERIODISTA SEMANAL **500 €**
• Del 07 al 13 de mayo **Pablo M.**
- Del 30 de abril al 06 de mayo **Diana C.**
- Del 23 al 29 de abril **Pedro Bernal**

MEJOR YO, PERIODISTA MENSUAL **1.500 €**

WERE YOU THERE WHEN NEWS HAPPENED?
Upload your photos and video here to have them considered for use in articles and features on Yahoo! News.

YOU WITNESS NEWS

SUBMIT PHOTO **SUBMIT VIDEO**

THE WALL STREET JOURNAL

Start your journey. [Subscribe now.](#)

Architecture: thinking big

Follow Maya Lin's Journey.

FEATURED VIDEO

- Indonesia plane crash
- Mia Farrow in Goz Beida, eastern Chad
- UNICEF: Mia Farrow: On the road from Markoundia to Paoua.

YOU WITNESS PHOTOS



REUTERS

View *The Week in Pictures*, images selected by Reuters editors from picture sent to *You Witness News*.

Take your best shot — presented by Sony
Win a day in NYC with Reuters photojournal plus a Sony Camcord
Click Here for a chance to win
Promotion ends 7/2/07 For complete official rules click on terms and conditions

MORE RESOURCES FOR CITIZEN JOURNALISM

Center for Citizen Media

PORTADA

CÁMARA ABIERTA ENVA TUS VIDEOS

La(2)Noticias

MARA ABIERTA:

En Cámara Abierta las noticias las cuentan vuestros videos. Mira y vota tus favoritos

Selecciona un video para reproducir

BÚSQUEDA EN CÁMARA ABIERTA

Tema

- CONVIVIR CON ANIMALES
- TRANSPORTE PÚBLICO EN HORA PUNTA
- ¿HAS SENTIDO EL TERREMOTO? SI VAS A "BARCO"...
- CARNAVAL
- DÍA SIN MÓVILES
- DÍA SIN MÓVILES
- LA MEJOR PLAYA DEL MUNDO
- DÍA DE LA MUJER TRABAJADORA
- VIOLENCIA EN EL CAMPO
- TRIBUS URBANAS

1-10 de 146

Primer Open Español del cubo de Rubik 02/05/2007 [1 votos]

Semana sin TV 01/05/2007 [1 votos]

MAYDAYSUR 07 01/05/2007 [0 votos]

Parar el Plan de infraestructuras 27/04/2007 [1 votos]

CNN iReport

FEATURED IREPORTS

ASSIGNMENT DESK

- Banksy leaves his mark
- Love my iPad and Iphone
- Discovery Launch from airplane
- My digital photo collage! #techlife
- Five Examples of HDR Photography
- Invitation
- Who's on Piers Morgan tonight?
- "Gone With the Wind" Atlanta Premiere Footage
- Space Shuttle Discovery Blasts Off On Her 39th And Final Flight
- the new 9 o'clock Every Night 9 ET/PT
- Creys Anatomy Not Responsible
- Private Practice Two Steps Back

2:28

Scoop™

Sell your pictures to the press

Snap...send...sell

HOME NEWS ABOUT JOIN CONTACT FAQ BLOG

Scoop

SELL YOUR PHOTOS,
VIDEOS AND BLOGS
TO THE PRESS

10
reasons
to join...



PIC OF THE DAY



Click here



gettyimages®
acquires **Scoop**



ShoZu™
Enjoy the view

INSIDE »



GETTY IMAGES



HOME

ACTUALIDAD

MUNDIAL DE TANGO

ESPECTACULOS

EVENTOS

MUSICA

REPORTAJES

CULTURA

DEPORTES

VIAJES Y TURISMO

INSTANTEMOVIL

EGODIGITAL

HOME



REGISTRATE AHORA



TU MIRADA INTERESA A TODOS



Gustavo Cerati acústico



2 minutos del Mosca

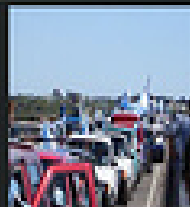


LOS LINKS QUE RECOMIENDA

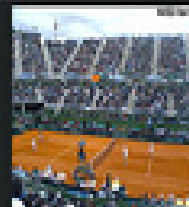


GADGETS

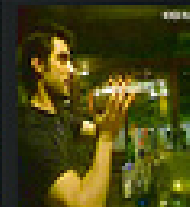
London bombings Las cadenas televisivas inglesas prefirieron no mostrar imágenes con muertos ni heridos y los fotoblogs tomaron mayor protagonismo



Quilguycho revive



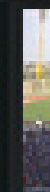
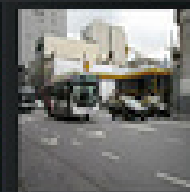
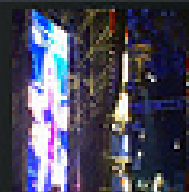
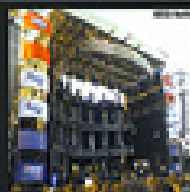
Deja Davis - Genital



Crisolito en barra



Vida



PRODUCCIÓN COLABORATIVA



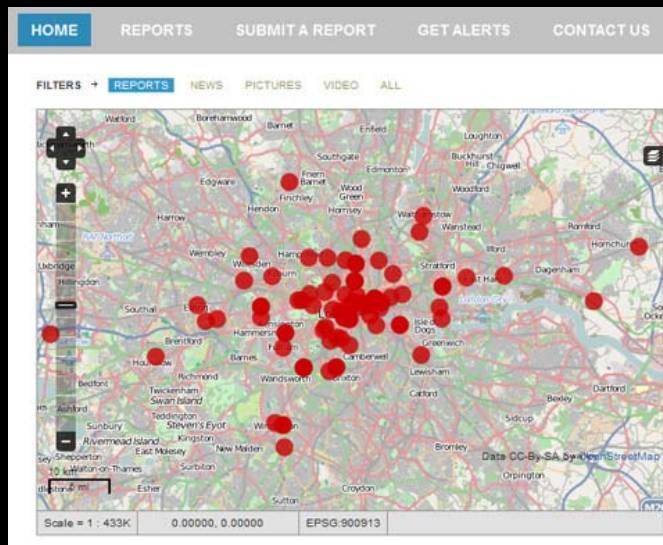
CROWDSOURCING

CROWDSOURCING EN INFORMACIÓN Y ACTIVISMO SOCIAL

VOTER FRAUD:
Control de fraude electoral en las elecciones USA



TUBE STRIKE:
Crowdsourcing de BBC sobre huelga de metro en Londres



Swine Flu

Tracking the H1N1 virus

Home Reports Submit an Incident Get Alerts How to Help

MEDIA FILTER → **REPORTS** NEWS PICTURES VIDEO ALL

1 Event[s]...
NEW YORK Queens

Send your SMS to 17062541697 on your phone

Submit an Incident
Submit via SMS

From: Jan 2009 Dec 2009

ALJAZEERA

WAR ON GAZA

Home Reports Submit an Incident How to Help

MEDIA FILTER → **REPORTS** NEWS PICTURES VIDEO ALL

Send your SMS to 17062541697 on your phone

Submit an Incident
Submit via SMS | Twitter

From: Jan 2008 Dec 2009

VOTE REPORT INDIA

Home Submit an Incident Get Alerts Blog About Partners How to

MEDIA FILTER → **REPORTS** NEWS PICTURES VIDEO ALL

Click on the dots to view reports

Send your SMS to 17062541697 on your phone

Submit an Incident

From: Mar 2009 May 2009

REPORT IN FOUR WAYS

1. BY SENDING A MESSAGE STARTING WITH VOTERREPORT TO 5676785
2. BY SENDING AN EMAIL TO REPORT@VOTERREPORT.IN
3. BY SENDING A TWEET WITH THE HASHTAG #VOTERREPORT
4. BY FILLING A FORM AT THE WEBSITE

EXAMPLE SMS REPORT

VOTERREPORT #PUNE #VIOL VIOLENCE IN PUNE'S BOAT CLUB AREA. 8 INJURED. SITUATION UNDER CONTROL. SOURCE: NDTV.

FOR MORE DETAILS, REFER TO OUR [REPORTING GUIDE](#).

Submit an Incident

UNITEDFORAFRICA.CO.ZA

HOME REPORT AN INCIDENT HOW TO HELP WHERE TO DONATE ABOUT CONTACT US

Starting as sporadic and isolated incidents the activity have growing into a full blown assault on our fellow Africans. This portal looks to empower each one of us to make a difference, both in terms of keeping each other informed and providing assistance to those who are being persecuted. If you see or hear anything please report it. Through our collective efforts we can force local and international governments to be frank, honest and responsive to this situation.

View A Timeline Of Events

Submit An Incident!
Submit Via SMS

Please SMS information to 31864 OR 31972 to update this website

For more information about this project please phone us on +27 (0)21 462 7553 or on Skype (name unitedforafrica).

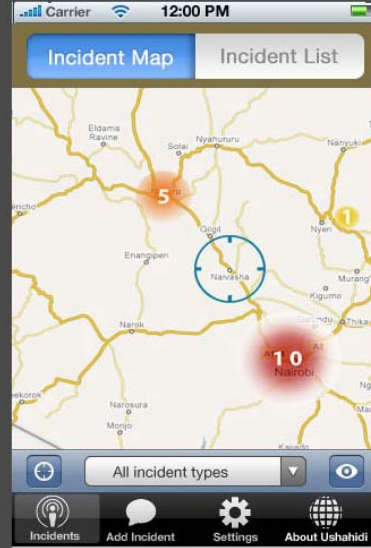


INTERFAZ IPHONE DE USHAHIDI

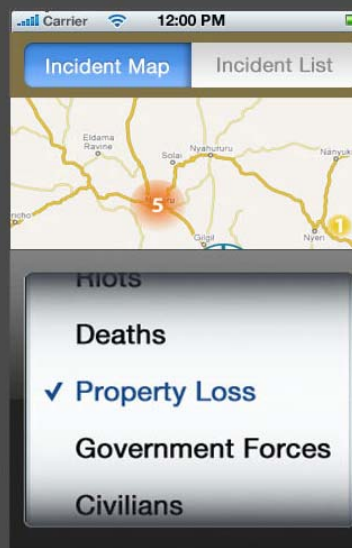
1. Home screen
Tap View Incidents



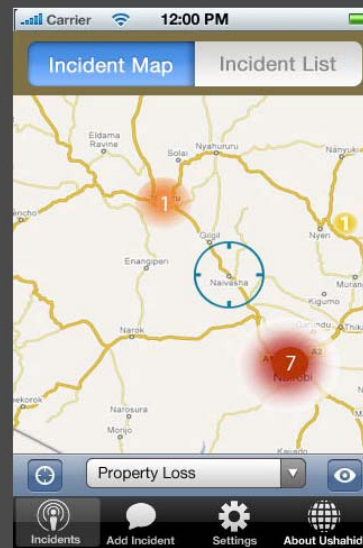
2. Incident Map
Tap "All Incidents" dropdown



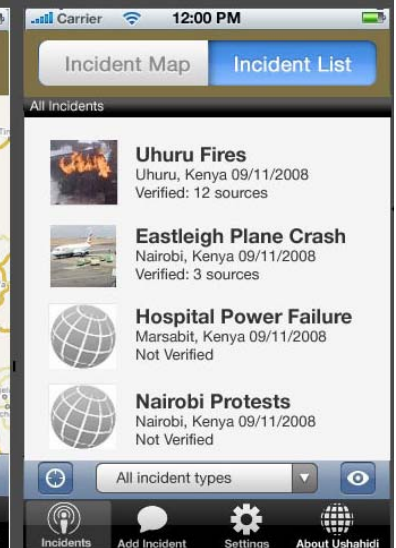
3. Category filter
Choose category



4. Filtered Map
Click on red incident icon



5. Incident List
Click an incident



6. Incident Detail
Click add incident



7. Add Incident
Click camera icon



8. Take Photo
take and save, or load existing



9. Incident with Photo
Click edit location



10. Edit location
Save location click about Ushahidi



CROWDSOURCING EN PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN

LEGO MINDSTORMS

HOME PRODUCTS COMMUNITY FUNZONE NEWS SUPPORT What is NXT?

NEWS

NXTLOG 2.0

MOVIES

SOUNDS

Students Help Design Space Stations During...

The LEGO MINDSTORMS team is proud to have sponsored LEGO MINDSTORMS and LEGO TECHNIC sets as prizes for a poster competition held at Sevenoaks School in Kent, England, during the 6-day Science Week 2011, with an attendance of 3776 students from schools in the area. During Science Week the students could try various experiments, learn about the human body, saw chemistry demonstrations and could participate in scientific challenges. One of the challenges was centered around space exploration.

NXTLOG 2.0

MOVIES

NXTLOG 2.0 Projects Built by Fans

Technical Support

Click [here](#) to go to our technical support section

Links

[Product Registration](#)
[www.thenxtstep.blogspot.com](#)
[www.nxtasy.org](#)

COMMUNITY

What is in the BOX?

Forums

Share ideas, post challenges, and get help with building and programming from other MINDSTORMS fans. Click [here](#)

IdeaStorm

DREAM IT. SHARE IT. MAKE AN IMPACT.

DELL

Storm Sessions on the horizon. Watch this space for details.

IdeaStorm Storm Sessions

View All posted ideas by the community

Post Your idea for Dell products or services

Vote Promote or demote ideas

See Your ideas in action

Login to IdeaStorm

Don't have an IdeaStorm account? [Register Now.](#)

Username:

Password:

[Forgot Password?](#)

Sort Ideas By: [Popular Ideas](#) [Recent Ideas](#) [Top Ideas](#) [Comments](#)

250 **Forget 1366x768 pixels resolution, we hate it!**

By Rebel333, Apr 13, 2011

Promote

Demote

Why do you force us to buy laptops with 1366x768 pixels? It is simply absurd in 2011, even was 10 years ago. We only buy because we do not have other option...

Comments: 7

Categories: [Laptops](#) [Monitors and Displays](#)

Status: [Acknowledged](#)

240 **HEAT KILLS LAPTOPS**

By jennquinteros, Apr 9, 2011

Promote

I have been an avid and dedicated user of Dell laptops since 1997... Until now. I have gone through 4

Your Ideas in Action

[IdeaStorm Update: 2/17/2011](#)

We have several key updates and announcements about IdeaStorm today...

The Dell Community has:

- Contributed 15,588 ideas

- Concursos
- Customización de productos
- Creatividad
- Diseño

[GOT AN IDEA?](#)[VIEW IDEAS](#)[IDEAS IN ACTION](#)

Hi there, [Sign In](#) to make a comment.

Share
Follow us on [twitter](#)

Ideas so far



PRODUCT IDEAS

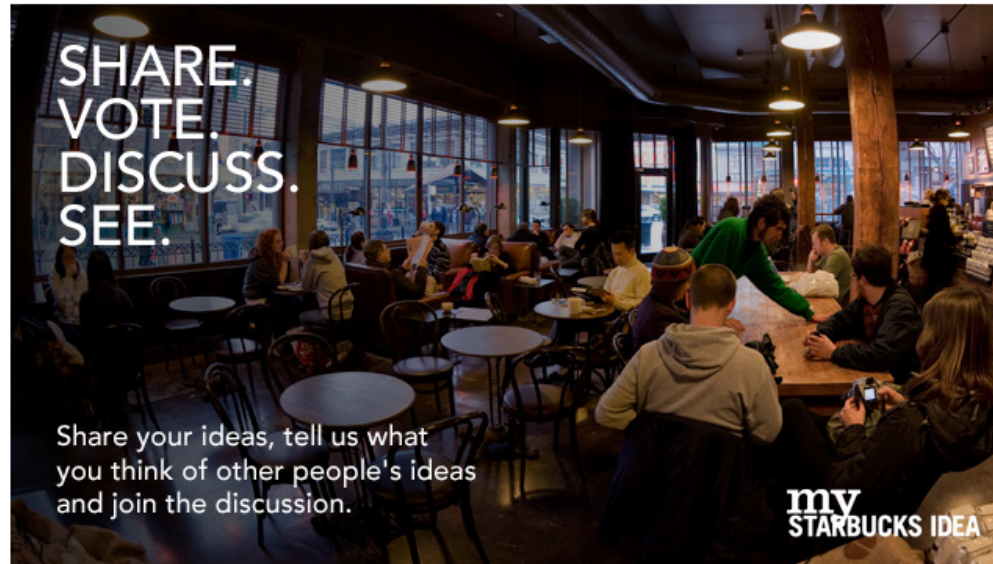
- 24,948 [Coffee & Espresso Drinks](#)
- 1,567 [Frappuccino® Beverages](#)
- 7,649 [Tea & Other Drinks](#)
- 11,504 [Food](#)
- 5,709 [Merchandise & Music](#)
- 7,812 [Starbucks Card](#)
- 744 [New Technology](#)
- 8,017 [Other Product Ideas](#)

EXPERIENCE IDEAS

- 6,237 [Ordering, Payment, & Pick-Up](#)
- 10,906 [Atmosphere & Locations](#)
- 8,770 [Other Experience Ideas](#)

INVOLVEMENT IDEAS

- 3,542 [Building Community](#)
- 7,073 [Social Responsibility](#)
- 4,676 [Other Involvement Ideas](#)
- 776 [Outside USA](#)



Most Recent Ideas

- 32 Min(s) Ago [Purification Water Bottle](#)
- 4 Hour(s) Ago [Free Drink Ideas](#)
- 7 Hour(s) Ago [Offering Coconut Milk as a non-dairy alternative](#)
- 7 Hour(s) Ago [Location](#)
- 8 Hour(s) Ago [Numercycles: Teaching the Starbucks community to find a STARBUCK the store needs to build our business around what created it, the cust...](#)
- 8 Hour(s) Ago [amazon music brewed by starbucks.](#)
- 9 Hour(s) Ago [via grinder](#)
- 9 Hour(s) Ago [Health insurance for retired partners age 55 to 64.](#)
- 9 Hour(s) Ago [Photo](#)

OpenAd.net
global ideas stock

Access the World's Biggest Creative Department
www.openad.net

crowdSPRING

Join Now | Log in | Contact us | Search

How it works | Browse | Community | Help | [Post a project](#)

AS FEATURED IN AdvertisingAge | P&T@MPANY | Forbes | WALL STREET JOURNAL | [W](#) [I](#) [D](#) [E](#)

The World's Best Creative Team

Custom logo design, web design and writing services.

72,113 designers and writers, average of 110+ entries per project and a 100% guarantee. [SEE EXAMPLES](#)

Recent projects on crowdSPRING

<p>amazon.com.</p> <p>To: Amazon.com From: crowdSPRING Subject: Design for Amazon.com!</p> <p>Amazon.com E-Mail Program \$10,800 email template design project</p>	<p>Do you have what it takes to design for Philips?</p> <p>Let's find out. ▶</p> <p>PHILIPS sense and simplicity</p> <p>Philips Product Design \$13,000 product design project</p>	<p>ONE GOAL</p> <p>Consulting firm website design \$1,000 website design project</p>
		<p>Design for world famous book \$2,000 illustration project</p>

CROWDSOURCING EN AUDIOVISUAL Y ARTE



- Financiación
- Localización de exteriores
- Producción y recursos
- Casting y actores
- Guión y contenido
- Publicidad y distribución

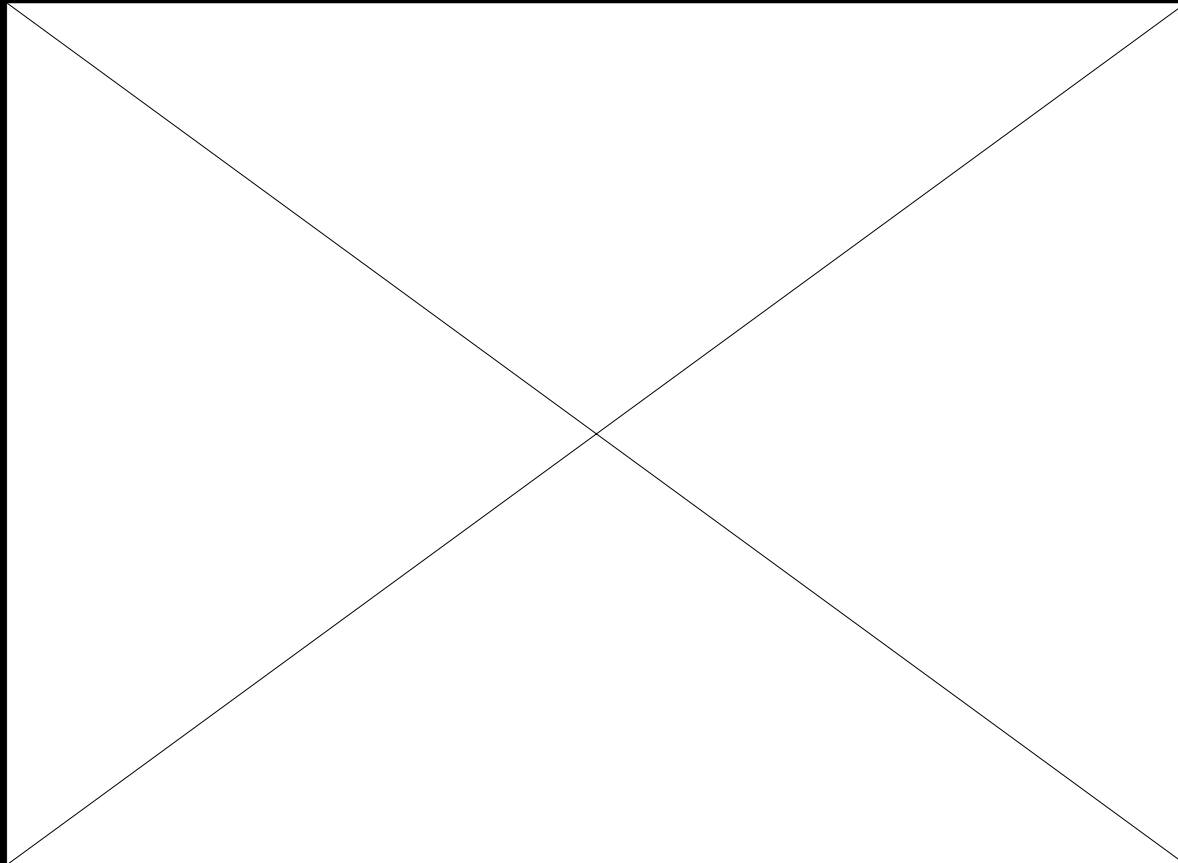
A Swarm of Angels

Home About FAQ Join Pres

- A Swarm of Angels. Remix cinema
You can be part of a groundbreaking new project to fund, make, and distribute a £1 million film using the Internet.

The screenshot shows the Flixster website interface. At the top, the Flixster logo is displayed with the tagline "Watch movies. Tell friends." and a search bar. Below the logo, there are navigation tabs for Home, Movies, Profile, Friends, Meet People, Fun & Games, and Watch Now. The main content area features a promotional banner for "If you like movies, you'll love Flixster." with a "Sign Up" button. Below this, there are four featured activities: "Rate & share movie reviews", "Take quizzes and play games", "Compare movie taste with your friends", and "Watch free movies online and more!". A "Coming Soon" section displays four movie posters: "Diagonale Erwachen", "Hannah Montana: The Movie", "Observe and Report", and "Lemony Snicket's A Series of Unfortunate Events". To the right, there is a "Login to Flixster" section with fields for Username and Password, a "Remember Me" checkbox, and a "Login" button. Below the login section, there are links for "Join Now", "Forgot your password?", and "Register using your MySpace account". At the bottom, there is a "Movies in Theaters" section and a "Get Movie Showtimes" section.

Life In A Day



COMUNICADORES POLIVALENTES

- **Polivalencia temática**
[Capacidad para producir contenidos de calidad de diversos ámbitos temáticos]
- **Polivalencia instrumental**
[Capacidad para manejar herramientas diversas]
- **Polivalencia de formato**
[Capacidad para producir contenido con diversos códigos (audio/video/texto...) y relacionarlo]
- **Polivalencia funcional**
[Capacidad para intervenir en las distintas fases del proceso de producción: registro, edición, diseño, difusión...]
- **Polivalencia profesional**
[Conocimiento de los diversos ámbitos profesionales de la comunicación]



CASO: REDACCIONES INTEGRADAS EN MEDIOS INFORMATIVOS



4

Cambios en la distribución





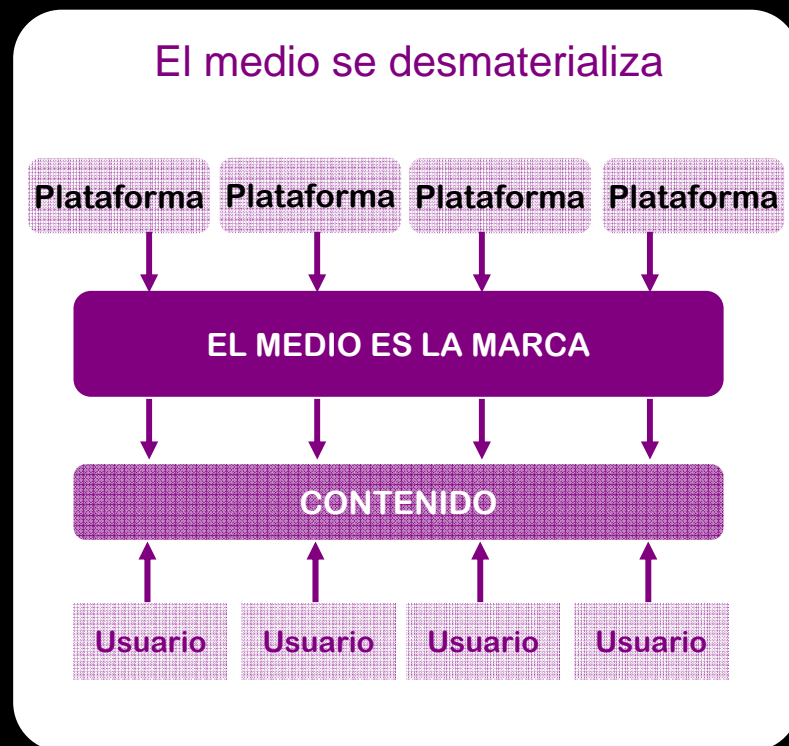
¡Es el vino,
no la botella!

- Las pantallas se multiplican y diversifican
- Múltiples dispositivos de registro + múltiples dispositivos de difusión
- El contenido se vuelve proteico (adaptable a cualquier soporte/plataforma)

Desaparecen
los soportes

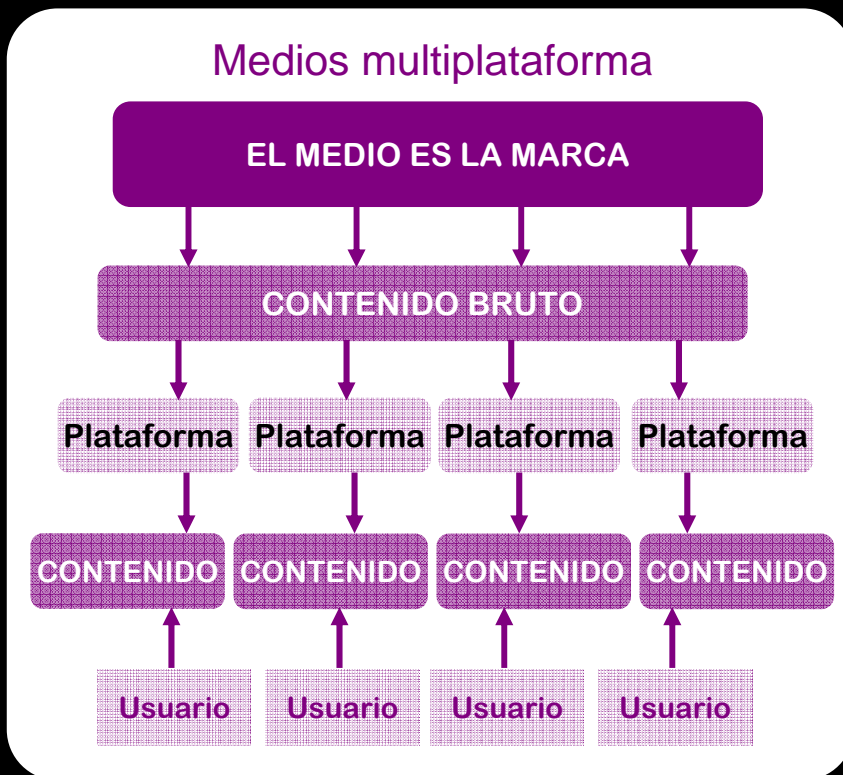


CONSECUENCIAS DE LA DESAPARICIÓN DEL SOPORTE (1) DESMATERIALIZACIÓN



- El canal deja de ser determinante de la organización
- El medio se desmaterializa
- La marca, no la plataforma, da valor al contenido

CONSECUENCIAS DE LA DESAPARICIÓN DEL SOPORTE (2) MEDIOS MULTIPLATAFORMA



- Los medios se agrupan o bien desarrollan productos en plataformas complementarias
- El valor de marca ayuda a valorizar productos/plataformas complementarias
- Una vez desarrolladas, las nuevas plataformas construyen valor de marca

DISTRIBUCIÓN MULTIPLATAFORMA

- Los medios diversifican sus canales de distribución
- Con ello diversifican los productos asociados a su marca
- Amplían el rango de perfiles de audiencia (especialmente jóvenes)
- Amplían el tiempo de consumo asociado a la marca
- Diversifican los momentos de consumo asociados a la marca



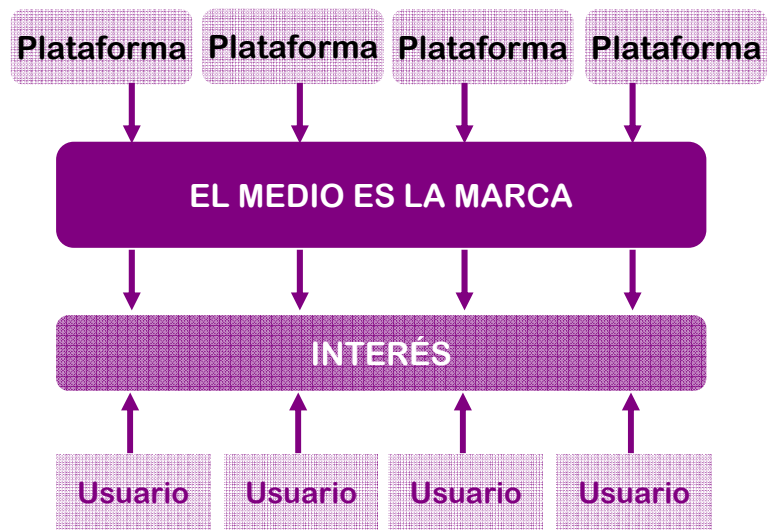


DANGER

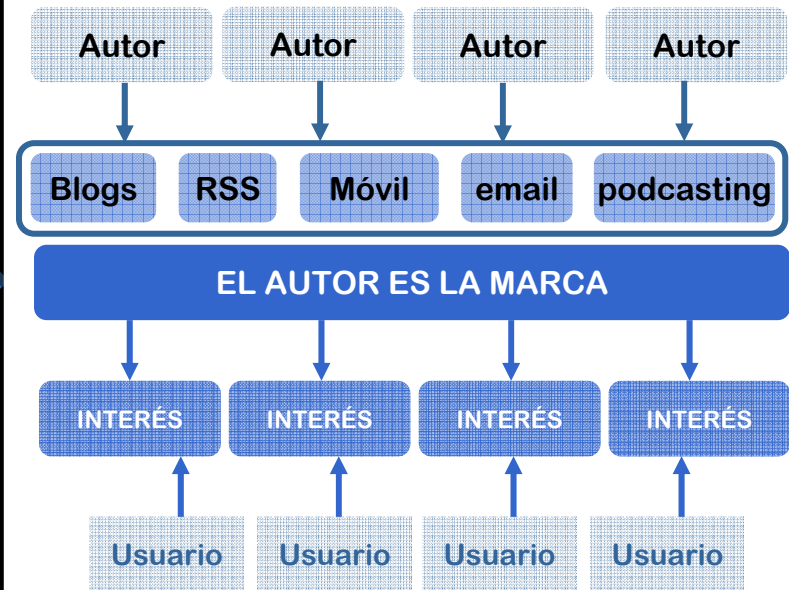
**PELIGRO n° 1:
'ROBAR' SUS
PROPIAS AUDIENCIAS**

NUEVAS FORMAS DE GESTIÓN DEL INTERÉS DESINTERMEDIACIÓN

Gestión institucional del interés



Gestión distribuida del interés





- Los medios convencionales pierden AUDIENCIA y TIEMPO de consumo
- La PUBLICIDAD no basta para financiar los nuevos medios
- La cultura de la GRATUIDAD propia de Internet dificulta los modelos de SUSCRIPCIÓN y pago por contenido
- MEDIOS EMERGENTES, usuarios, proveedores de servicios... : toda una fauna de pequeños competidores dificulta asentar nuevos modelos de negocio

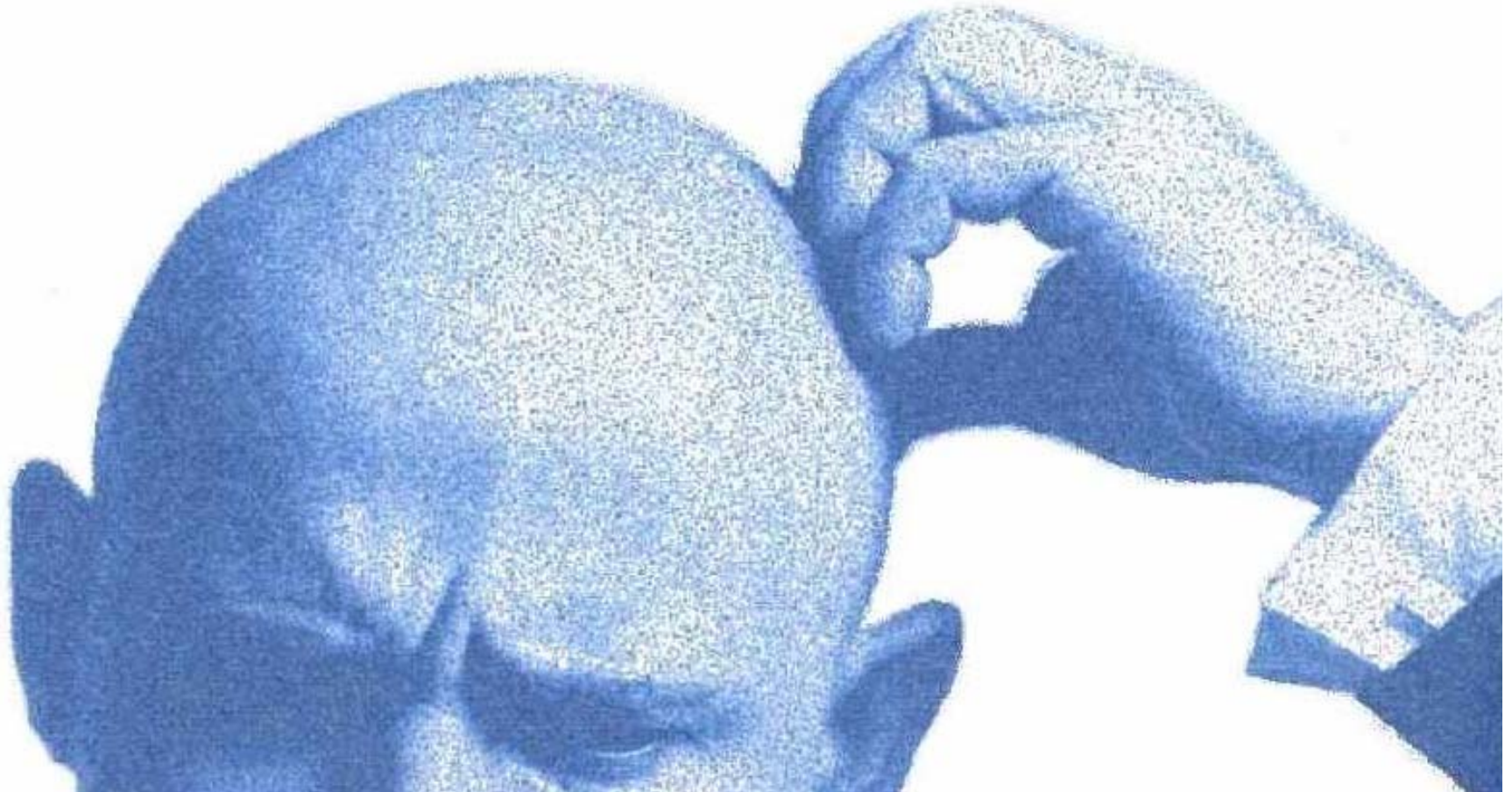


DANGER

**PELIGRO n° 2:
LOS VIEJOS MODELOS
DE NEGOCIO NO
FUNCIONAN**

¿HACIA QUÉ MODELO DE NEGOCIO EVOLUCIONAN LOS VIEJOS MEDIOS?

¿LLEGARÁN ANTES DE QUE OTROS ACTORES LES TOMEN LA DELANTERA?



Google

[Motor de búsqueda]

amazon.com[®]

[Comercio online]

comercio
pago

publicidad

publicación

data mining

CONTENIDO

RELACIÓN

infraestructura

recursos

distribución

Entretenimiento

[Redes sociales]

facebook

comunicación



[Electrónica de consumo]

entorno móvil

entorno móvil

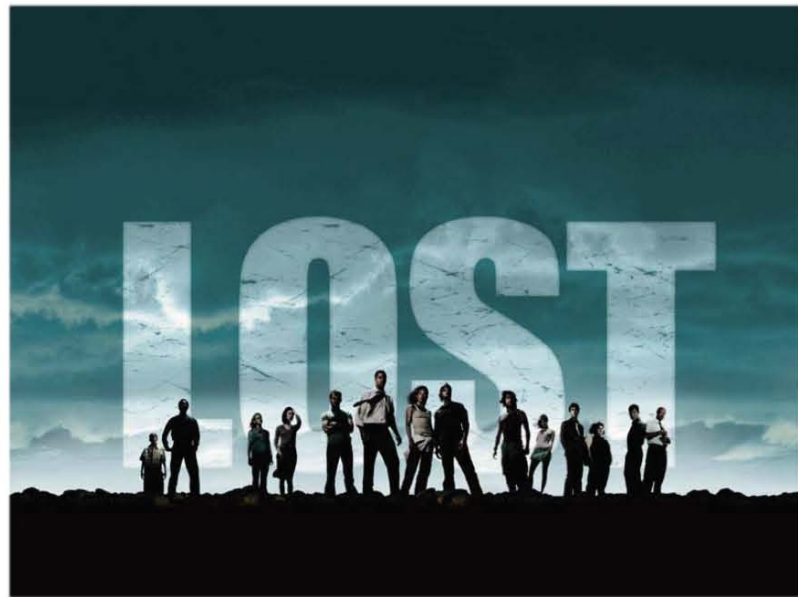
entorno móvil

entorno móvil

entorno móvil

entorno móvil

¿Qué hacen las
industrias culturales?



Dependencia

Desintermediación

Re-intermediación



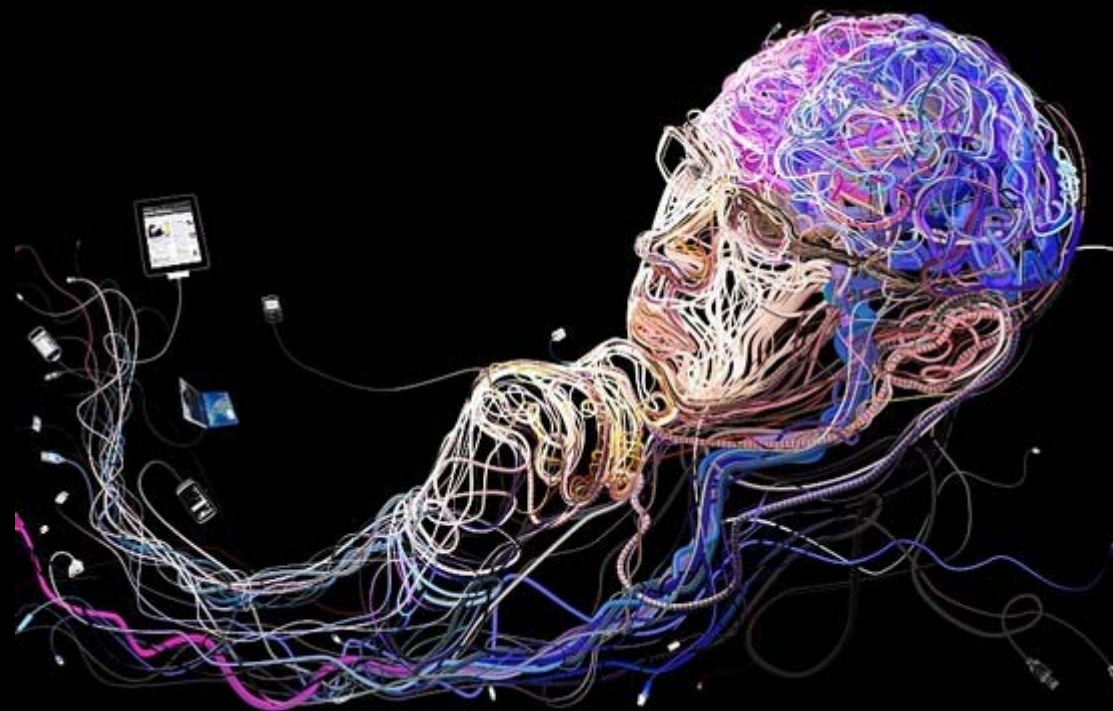
Alianzas

Cross-media

Socialización

5

Revisando el concepto de
'contenido'



```
<link href="http-equiv="Content-Style" rel="stylesheet" type="text/css" />
</head>
<body bgcolor="#14285c" border="1" >
<table width="100%" border="1" >
<tr bgcolor="02021e" >
<td width="40%" >
```

Del HIPERTEXTO...

[Red de documentos articulada a partir de elementos textuales entrelazados -> amplía las posibilidades expresivas de contenidos textuales: niveles de lectura]

Caso: Hipertexto y las 5Ws

... al HIPERMEDIA

- Contenidos multi-formato: audio, vídeo, texto, gráfica interactiva...
- Formatos integrados: relatos hipermedia
- Más allá del hipertexto: Cada objeto es un enlace potencial
- Redacción y lectura complejos: multinivel

The screenshot shows the iGIZMO website interface. At the top, there's a navigation bar with the iGIZMO logo and a blue arrow pointing to 'Inside issue two...'. Below this is a central video player featuring a man in a diamond-patterned sweater. To the left of the video are three profile cards for staff members: Ross Burridge (Editor), Seema Parmar (Presenter), and Russell Clark (Art Editor). To the right of the video is a large red banner for 'iGIZMO EXCLUSIVE' and a section titled 'NEWS IN 90 SECONDS' with a 'ONE TO WATCH' laptop graphic. Below the video, there's a quote from the editor: "WELCOME to issue two, with even more first looks at the best kit - plus all you need to get up to speed with the world of tech. This issue, we've spent far too much time in darkened rooms discussing HD projection, planning our own cities of the future, and trying to coax an original iPod to play modern music. Enjoy..."

At the bottom of the page, there's a 'HOW TO USE iGIZMO' section with several icons and instructions:

- ZOOM**: Click on a page once to zoom in and again to zoom out.
- PAGE CORNERS**: Click on a page corner to turn over.
- ICONS**: Click for multiple views of products.
- i BUTTON**: The 'i' button reveals product details.
- WEB LINKS**: Your one stop shop for external info.
- MAIL**: Click here to mail the iGIZMO team.
- SHARE**: Like what you see? Share it with a friend.
- VOTE**: Cast your vote on our live polls.
- THE SIDE NAVIGATION BAR**: Click on a section to jump straight there.
- IGIZMO LEGEND**: Everything you need can be found down here...

HIPERMEDIA
= Integración
de códigos
expresivos ...

<http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-pacific-12711226>

BBC Mobile News | Sport | Weather | Travel | TV | Radio | More Search BBC News

NEWS JAPAN EARTHQUAKE

Home UK Africa Asia-Pac Europe Latin America Mid-East South Asia US & Canada Business Health Sci/Environment Tech Entertainment Video

9 May 2011 Last updated at 06:22 GMT



Fukushima story

What went wrong and what has gone right at the stricken plant

Features and Analysis



Swimming club tragedy

The story of distraught teacher who lost seven of her students

Latest News

- Workers enter Fukushima reactor
- Japan quake relief budget passed
- Record fall in Japanese car sales
- Robots measure reactor radiation
- Japan unveils nuclear crisis plan
- Japan sets power-saving targets
- Radioactive water dumped into sea
- Tepeco bailout speculation grows

Graphics and Interactives




What went wrong at Fukushima?

The explosions at the plant explained




Tremor timeline

See quakes around Japan since 11 March



Quake grab bag

What's inside an emergency survival bag?



Radioactive leaks

Satellite imagery and graphics help explain radiation leaks at Fukushima plant


Japan one month on

One town's struggle in the wake of the quake



Decision time

Hard choices for those living inside Japan's nuclear exclusion zone




Who is in charge?

Assessing the government's response to the nuclear crisis



Hard wait

Evacuees from plant town face tough times



Picture power

Footage of tsunami will help predict future disasters, experts say



Aid worker's diary

Nurses juggle births with treating quake victims



Insider's view

'I was at Japan's Fukushima nuclear plant when the quake hit'



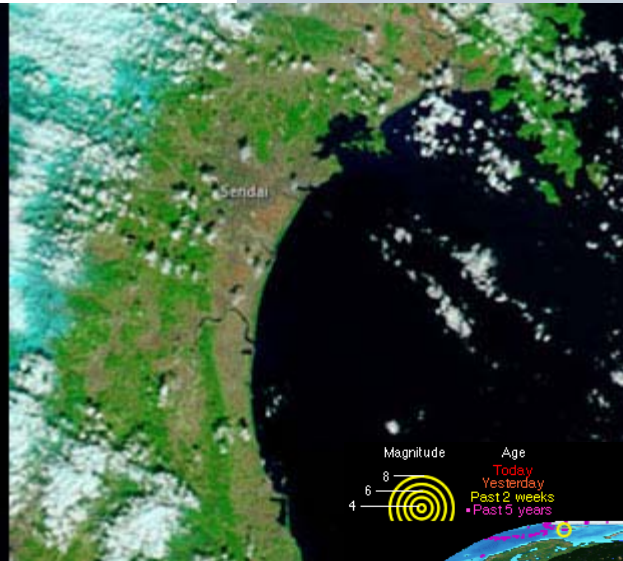
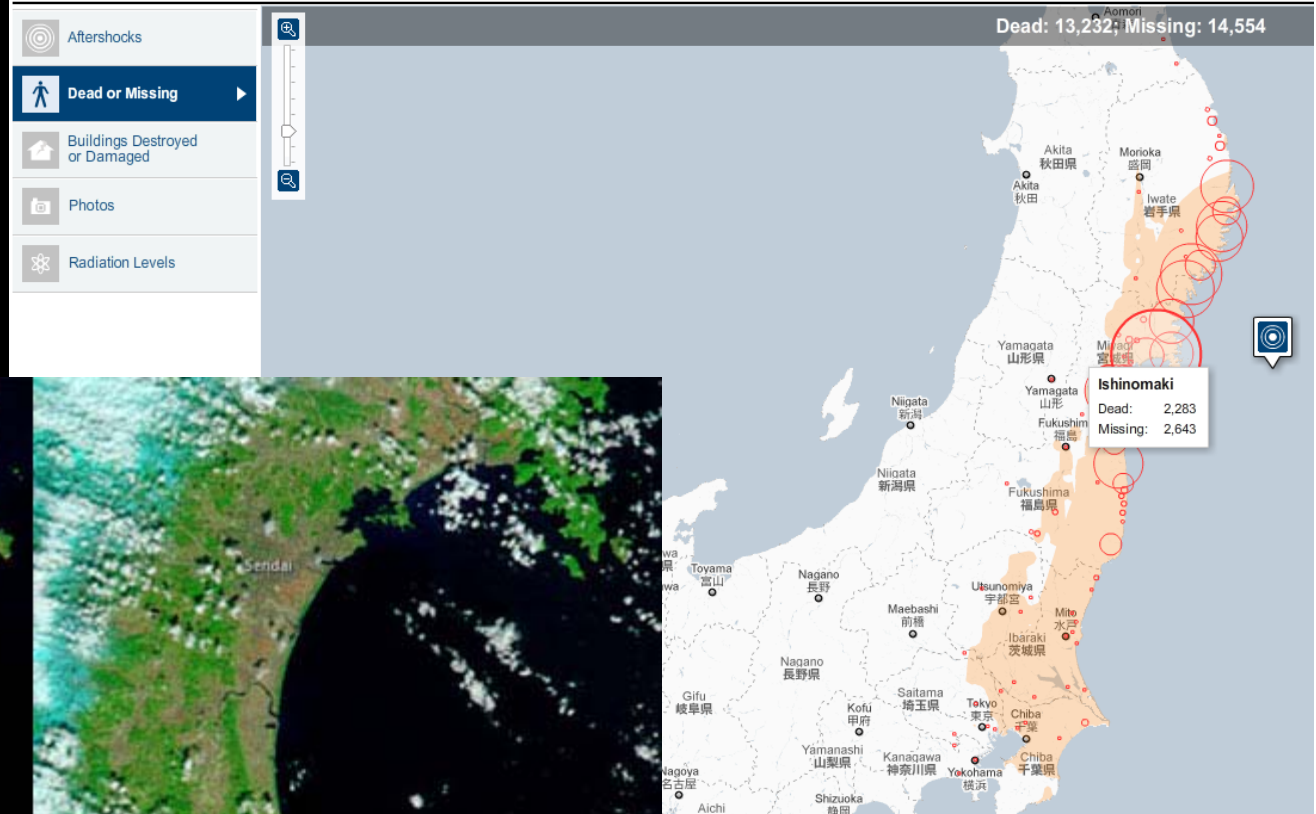
A new approach

Viewpoint: Why Fukushima 'should not turn us against nuclear

+ Aparición de nuevos formatos, géneros, canales...

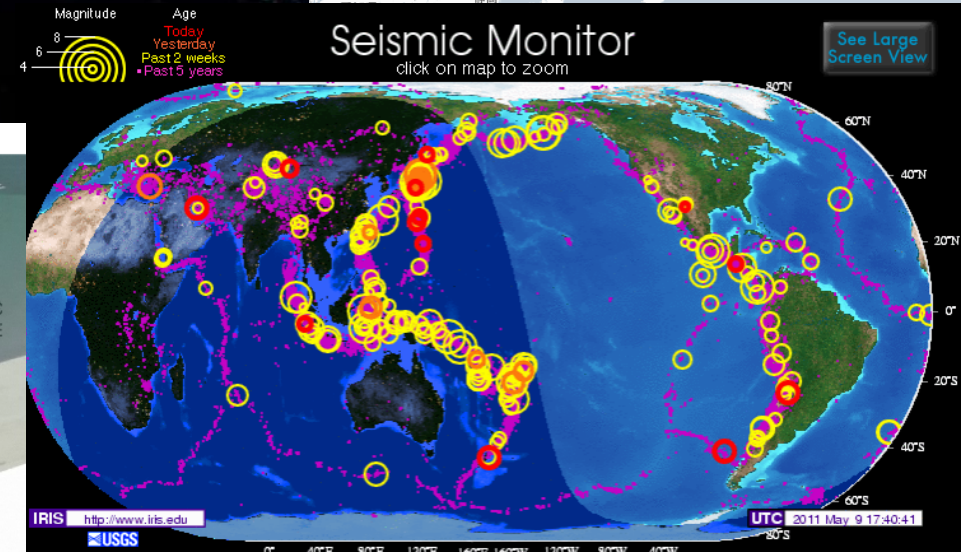
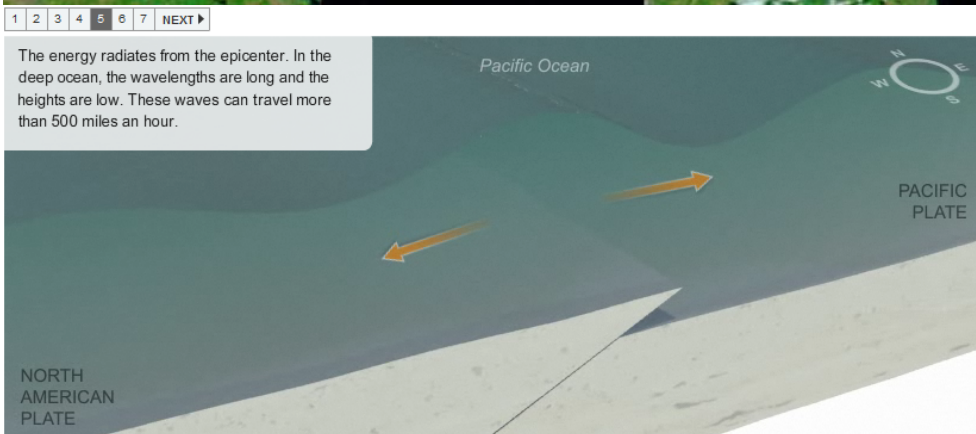
Map of the Damage From the Japanese Earthquake

An interactive map and photographs of places in Japan that were damaged by the March 11 earthquake and tsunami.



1 2 3 4 5 6 7 NEXT ▶

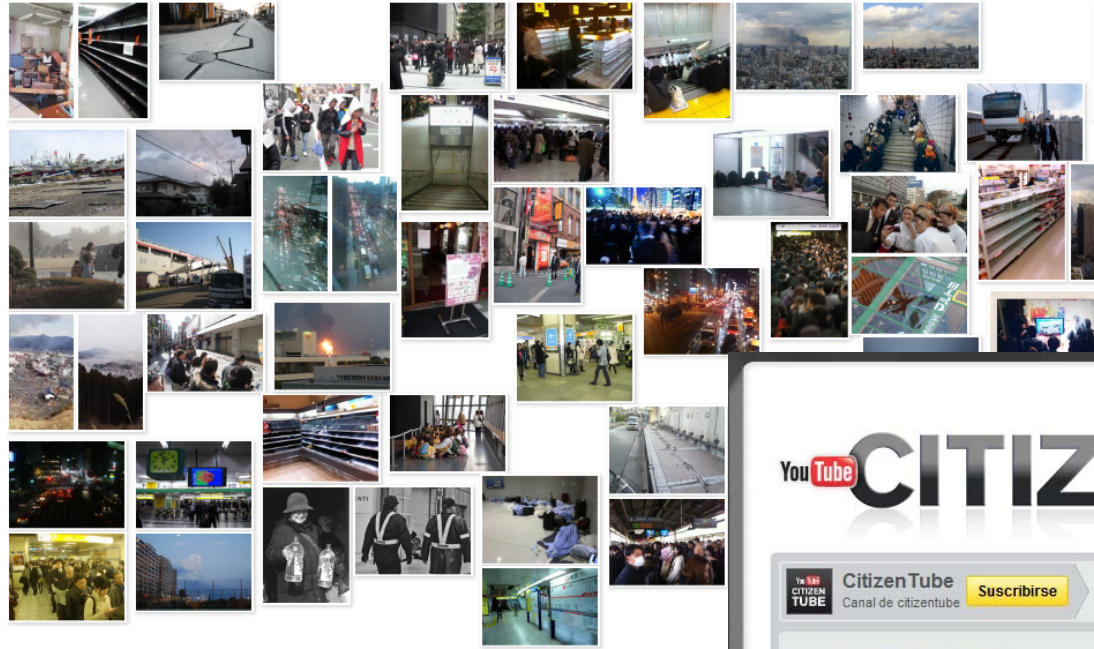
The energy radiates from the epicenter. In the deep ocean, the wavelengths are long and the heights are low. These waves can travel more than 500 miles an hour.



Published: March 12, 2011

Earthquake and Tsunami in Japan: Readers' Photos

NYTimes.com asked readers to send photographs from areas affected by the earthquake and tsunami. Here is a selection of images. [Send in your photos.](#)



+ mash up UGC

CURATION IN PARTNERSHIP WITH: **storyful.**

YouTube CITIZENTUBE

POST TO: [Twitter](#) [Facebook](#) [RSS](#) [SUBSCRIBE](#)

CitizenTube [Suscribirse](#) Videos subidos [Listas de reproducción](#)

« Volver a las listas de reproducción

Earthquake in Japan

A powerful 8.9 magnitude earthquake shook northeast Japan, which set off a massive tsunami that pummeled the area with a wall of water. Watch raw, eyewitness video footage here.

URL: <http://www.youtube.com/user/citizentube#grid/user/0870831CE43351E1>

3月11日地震 東京都スーパー店内の様子 mossan0001 6828406 reproducciones	2011/3/11 東日本大震災 発生時(仙台市) kirakirayuji 14923395 reproducciones	Japan earthquake: CCTV video of RussiaToday 18682924 reproducciones	東北・関東大地震。揺れる新宿の高層ビル escot2008 8681826 reproducciones	Tokyo earthquake AS IT HAPPENED 3/11/11 atomicbox 3130748 reproducciones	Japan Earthquake: Large fire at Odaiba ProducerMatthew 2126613 reproducciones
地震 千葉県北西部自宅の様子 2011年3月 111P1P1P11 2860729 reproducciones	Tokyo Earthquake, main quake as it dolamye911 2638343 reproducciones	Tokyo Earthquake, main quake as it dolamye911 2638343 reproducciones	東北地方太平洋沖地震：仙台空港に津波が jack19681221 3121215 reproducciones	コスモ石油燃料タンク爆発の瞬間(3月11日) ExpressNoto2215 2164621 reproducciones	東北地方太平洋沖地震(東北関東大震災) 0521killer 1535785 reproducciones
東北・太平洋沿岸地震 液状化や噴砂の様子 vikiin17	Earthquake Tokyo Japan 2011.03.11 Celtan777	#odawara 地震後の様子 #tsunami warning kaytime100	Massive 7.9-magnitude ProducerMatthew	JAPAN QUAKE FOOTAGE uped to 8.8 TheVikr4430	Tremblement de terre en live au Japon - VideosJapan

facebook [Correo electrónico](#) [Contraseña](#) [Entrar](#)

[Regístrate](#) Facebook te ayuda a comunicarte y compartir tu vida con las personas que conoces.

Global Disaster Relief on Facebook [Me gusta](#)

Sitio web

Global Disaster Relief on Facebook
The Naval Support Activity Mid-South cautioned those affected by flooding that rising waters could bring snakes and other reptiles into basements and low-lying ground. This comes as the U.S. National Weather Service warns residents near the Mississippi River delta to take precautions as flooding continues through the week.
Hace 2 horas · Me gusta · Comentar

Global Disaster Relief on Facebook
On April 27, 2011, dozens of tornadoes touched down in the Southern United States. Debris, documents and photos were scattered for hundreds of miles. A woman created a Facebook Page to reunite storm survivors with their memories. Watch.

Portraits from a Storm
www.youtube.com

Information: The Disaster Relief on Facebook page will spotlight efforts on Facebook to...

CONTENIDO CROSS-MEDIA

[Distintas plataformas enlazan sus contenidos en una unidad de sentido. El trayecto de lectura complejo debe/puede recorrer en distintos trayectos las diversas plataformas]

DESDE EL PUNTO DE VISTA ESTRATÉGICO

- Cada medio aporta valores específicos de significación: inmediatez, cercanía, espectacularidad...
- Cada medio reenvía al usuario a otra medio/plataforma
- Se potencia la MARCA
- Se fideliza al usuario



CONTENIDO CROSS-MEDIA

DESDE EL PUNTO DE VISTA SEMÁNTICO

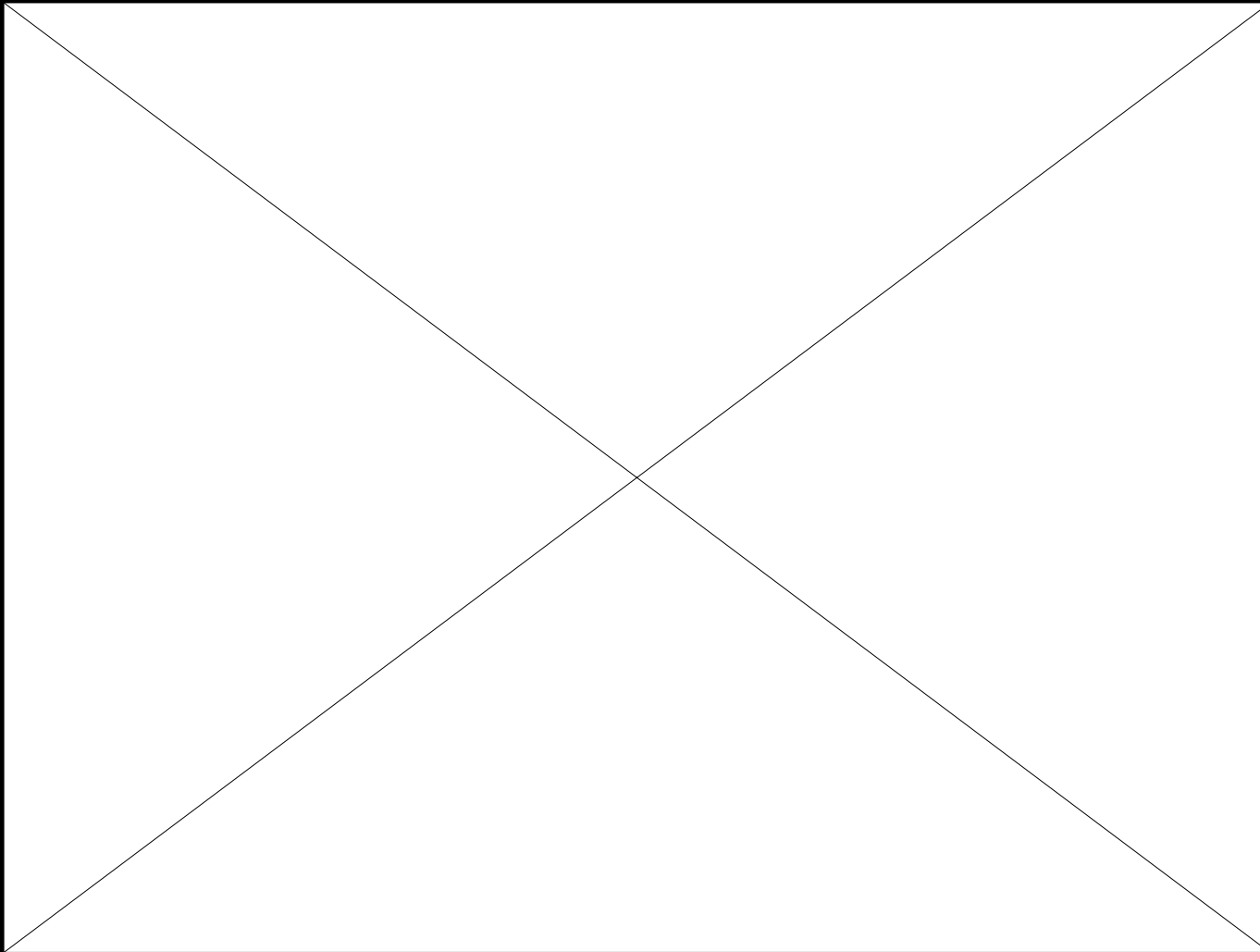
- Enriquece las posibilidades narrativas
- Involucra activamente al receptor
- Asocia el contenido a otras funciones (juego, diálogo, ...)
- Refuerza la potencia documental y multiplica los niveles de lectura posibles
- Fragmentación reticular



EJERCICIO: Visita la Web de elpais.com / elmundo.es y analiza qué contenido cross-media puedes encontrar en la portada

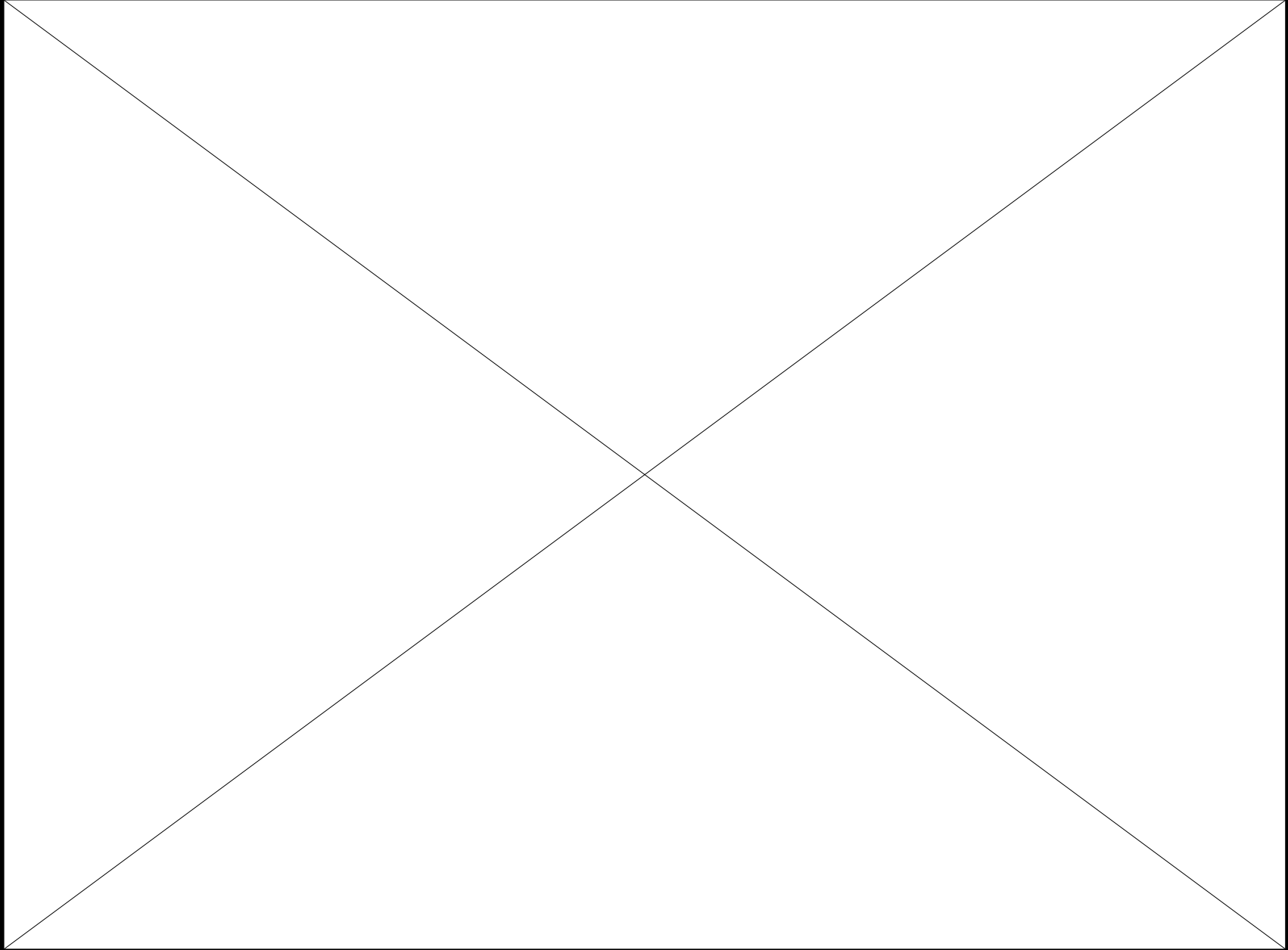
¿Piensas que las cosas
sólo se pueden narrar
con palabras o con
imágenes convencionales?

Haz la prueba con [Google Search Stories](#)

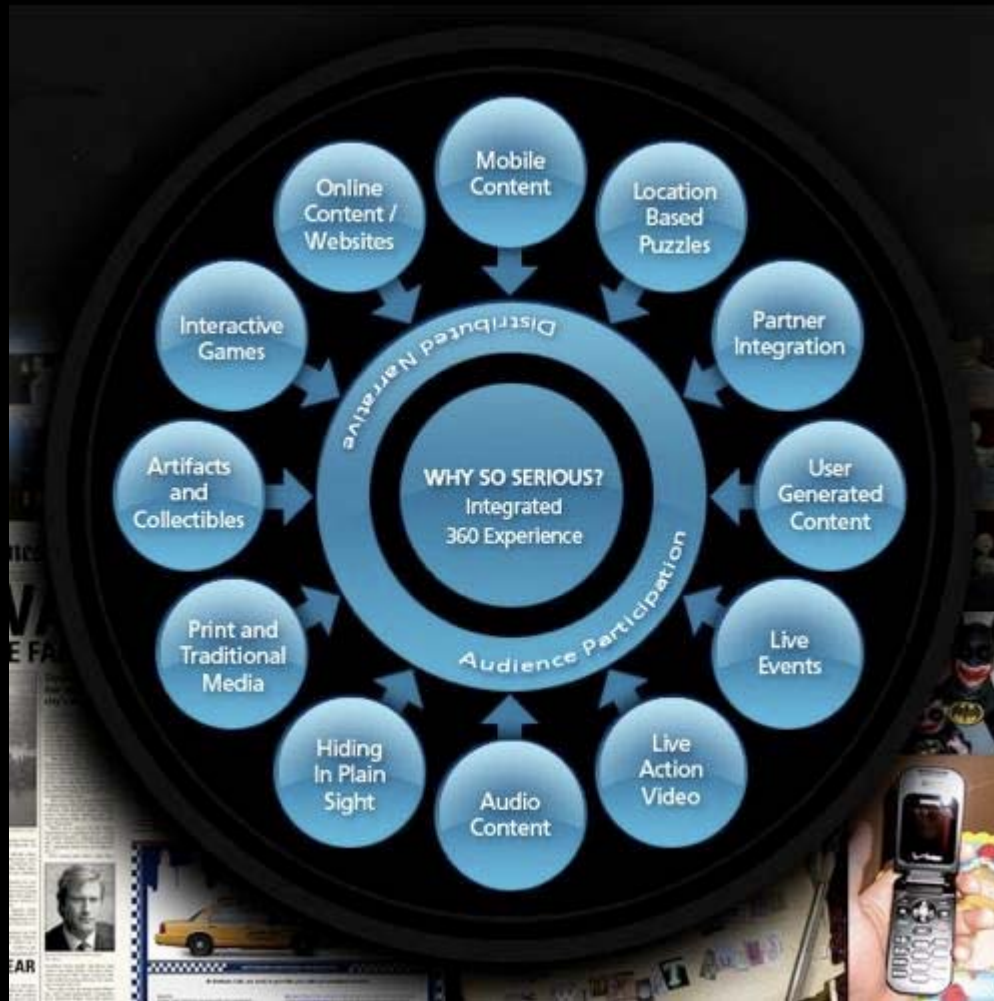


<http://www.youtube.com/watch?v=F0QXB5pw2qE&feature=related>





<http://www.youtube.com/watch?v=ZM0ptMqNhso>



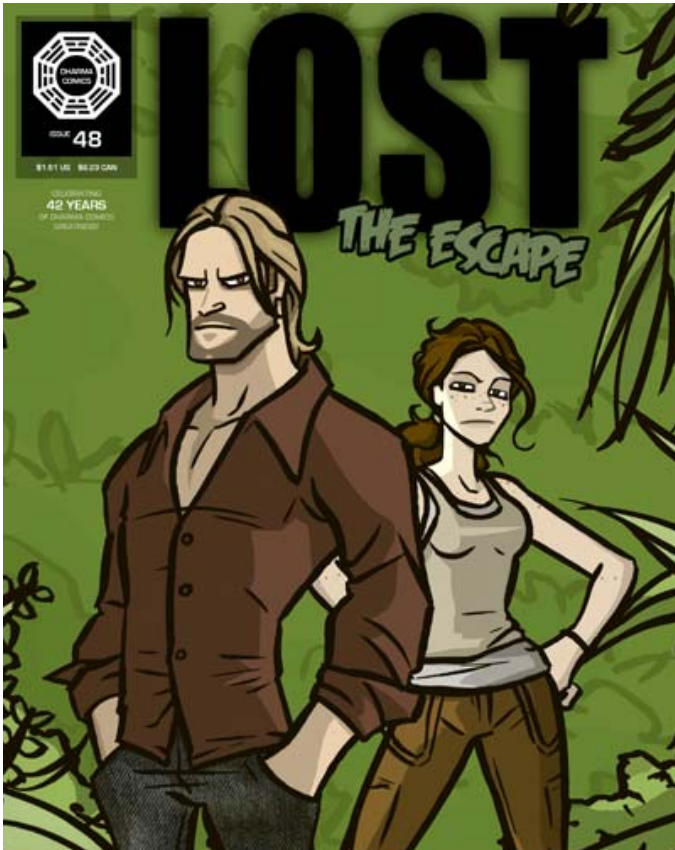
**NARRATIVAS
TRANSMEDIÁTICAS**



**UNIVERSOS
NARRATIVOS**



**MARCAS
NARRATIVAS**



EN PUBLICIDAD

- De piezas a acciones
- De mensajes a experiencias
- De estrategias a campañas 360°
- Red de medios integrada en acciones



Consecuencias



- Fragmentación reticular: ya no hay piezas, sino redes de contenido
- Contenido concentrado: Decir lo mismo, impactar lo mismo, pero en menos tiempo/espacio
- Aceleración del proceso de producción y de consumo



DANGER

**PELIGRO n° 3:
LA CALIDAD ES MÁS
DIFÍCIL DE HACER
RENTABLE**

6

Nuevos perfiles de
audiencia



Consumo Cross-media



- Consumo activo (modelos 'a la carta')
- Consumo en diversas plataformas
- Consumo deslocalizado/descontextualizado
- Muy difícil de seguir/medir
- Vinculado al poder de la marca/experiencia

El contenido es el medio



- El valor contenido depende de la acción en que se enclava
- Vinculado a situaciones y a las redes afectivas/sociales de la nueva audiencia
- Sometido a recomendaciones, revisiones, transformaciones...

Fragmentación



- Fragmentación de la audiencia (múltiples medios/canales...)
- Competencia por la atención cada vez más dura
- De la fragmentación de las audiencias a la fragmentación de la atención: consumo simultáneo cross-media

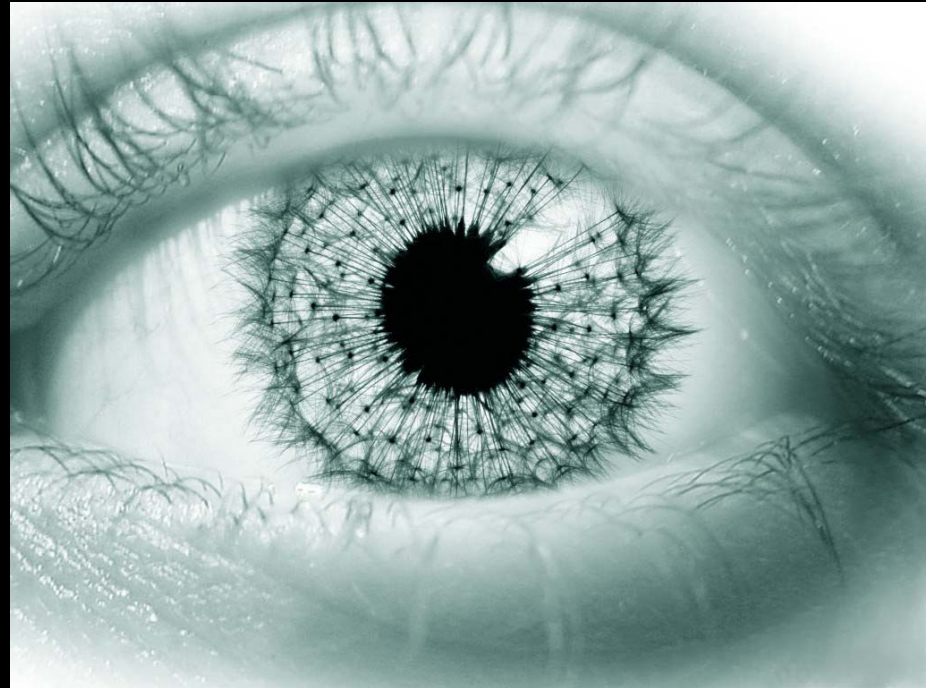
Nuevos roles



- La audiencia es un CANAL
- Aportan contenido a los medios convencionales (y no sólo)
- Toman contenido de los medios convencionales (y lo integran como código comunicativo)

7

¿Hacia dónde vamos?



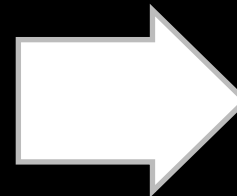
Años 80

J. Martín Barbero

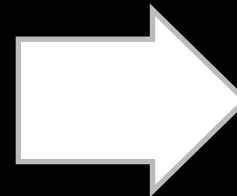


DE LOS
MEDIOS

Fascinación por el
objeto
Atención al medio,
al mensaje, al
destinatario
Visión parcelada



A LAS MEDIACIONES



Interés en el proceso
Atención a las
interrelaciones entre
medios, soportes,
usuarios, mensajes...
Visión cultural

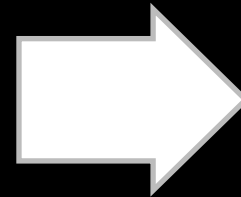
2010

C. Scolari



DE LAS MEDIACIONES

Interacciones propias
de los medios
convencionales,
lineales, etc.



A LAS HIPERMEDIACIONES

Interacciones propias de
los nuevos medios

10 paradigmas de la eComunicación

José Luis Orihuela



De AUDIENCIA a USUARIOS

De INTERMEDIACIÓN a
DESINTERMEDIACIÓN

De MEDIOS a CONTENIDOS

De DISTRIBUCIÓN a ACCESO

De MONOMEDIA a
MULTIMEDIA

De UNIDIRECCIONALIDAD a
INTERACTIVIDAD

De PERIODICIDAD a
TIEMPO REAL

De LINEAL a HIPERTEXTO

De ESCASEZ a ABUNDANCIA

De INFORMACIÓN a
CONOCIMIENTO



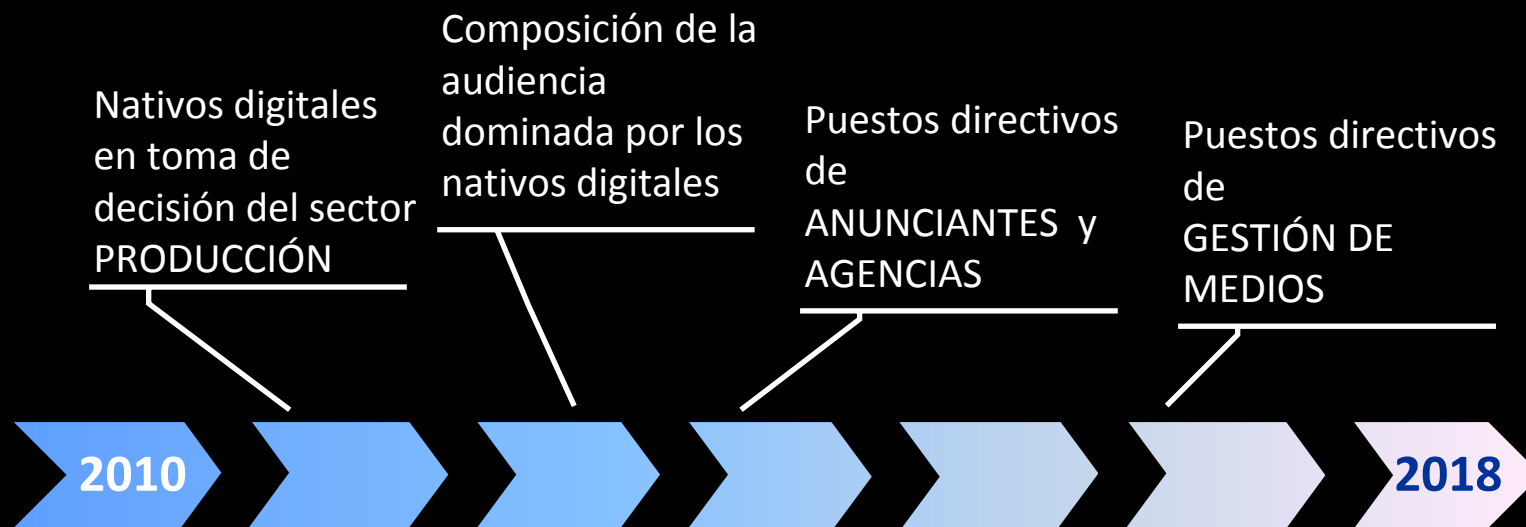
“Al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí”

C. Scolari



“Cuando hablamos de hipermediaciones no estamos simplemente haciendo referencia a una mayor cantidad de medios y sujetos sino a la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones. Las hipermediaciones, en otras palabras, nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá –por encima- de los medios tradicionales”

C. Scolari



INTERROGANTES:

- ¿Mantendrán los nativos digitales el ritmo de adaptación a las innovaciones tecnológicas?
- ¿Es económicamente viable el ritmo de innovación tecnológica para el mercado de contenidos?
- ¿Afecta la problemática de la propiedad intelectual a la viabilidad y calidad de los contenidos?

LECTURAS

BÁSICAS

- Aguado, J.M. y Navarro, H. (2013) “Comunicación móvil, ecosistema digital e industrias culturales”. Barcelona: Gedisa. Pp. 57-78.
- Scolari, C. (2008) Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa. Capítulo 5 , 6 y Epígrafe 7.1

COMPLEMENTARIAS

- Castells, M. (2010): Comunicación y poder. Madrid: Alianza. Capítulo 1.
- Documental WikiRebels (sobre Wikileaks)
<http://www.youtube.com/watch?v=69NSfF5qm3E>

