

TECNOLOXÍAS E ESTRATEXIAS DE
FUTURO NA INDUSTRIA DOS MEDIOS

CONSELLO DA CULTURA GALEGA

20 XUÑO 2017



En menos de 25 anos as novas tecnoloxías modificaron as nosas vidas. Os cambios producidos da man da dixitalización dos procesos informativos, esta revolución tecnolóxica que estamos vivindo, colocaron aos medios nun escenario de transformación continua caracterizado polo predominio audiovisual, a espectacularidade da comunicación e a sobresaturación informativa que como receptores tennos demasiado ocupados, distraídos e abrumados por toda a información superficial e polarizada que nos chega e que dificilmente imos ser quen de procesar.



PREGUNTAS

- ¿É posible o periodismo sen tecnoloxía?
 - O Xornal, produto tecnolóxico da Idade moderna (imprenta) e incorpora a alta velocidade na rotativa S XIX
 - A Radio, tecnoloxía electromagnética sonora do século XX
 - A TV, tecnoloxía electromagnética audiovisual do século XX.
- Sen tecnoloxía no habería xornalismo;

PREGUNTAS NO AIRE?

- ¿Existe relación entre a personalidade nacional, cultural, lingüística de Galicia e o Sistema de Medios de Comunicación implantado no país?
- ¿E o cambio tecnolóxico unha ameaza ou unha oportunidade para axustar o modelo á nosa realidade?
- Se cambia o modelo de consumo... ¿haberá espazo para o idioma galego?

MALOS TEMPOS PARA O XORNALISMO, PERO NON A COMUNICACIÓN

- A implantación das novas tecnoloxías ten modificado substancialmente os procesos comunicativos e o panorama mediático.
- A evolución tecnolóxica durante os últimos anos e as diferentes ferramentas da web social indícanos algunhas tendencias de futuro.
- Os medios tradicionais vanse adaptando pouco a pouco ao vertixinoso dos cambios tecnolóxicos.



EFECTOS DO CAMBIO TECNOLOXICO

- Desaparecen medios, desaparecen as masas.
- Ruptura da unidireccionalidade: un emisor múltiples receptores
- Ruptura da periodicidade, un continuo de 24 horas
- Novas audiencias para novos medios
- Prolifera o todo gratis
- Desaparece a fidelidade
- Nace o consumo simultáneo de medios

CAERON OS GRANDES PARADIGMAS

FUNCIONALISMO DE LASWELL

- Os medios sempre tratan de persuadir os espectadores

POSITIVISMO DE COMTE

- Separación de Información e de Opinión, propugnando un periodismo que se limite a narrar os feitos.

CAERON OS GRANDES PARADIGMAS

ESCOLA DE FRANKFURT (HORKHEMER, ADORNO)

- A burocracia influe e domina
- Uns poucos teñen o poder e controlan os medios
- Un home domina a outro quitándolle a súa capacidade de crítica.

ESTRUTURALISMO (BARTEWS, SAUSSURE, LACAN)

- Otorgan á Comunicación o poder da influencia e do control social.
- Dependendo dos resultados obtidos definen a eficacia da Comunicación.

MORRER DE ÉXITO? PECHAN MEDIOS, AUMENTA O PARO

- Nunca houbo tanto consumo mediático:
 - “A xente observou, leu, transmitiu e publicou máis medios que nunca en 2016 (Zenith)
- En termos globais, os individuos gastaron 456,1 minutos (7,6 horas) cada día consumindo medios en 2016.
- En Estados Unidos chegarase este ano a un consumo de 612,4 minutos ao día.

DESTRUCCION DE EMPLEO EN ESPAÑA (2008-2015)

	2008-12	2013	2014	2015	Total
TV	1.685	1.144	1.615	15	4,459
Diarios	1.814	532	245	44	2.635
Revistas	1.089	372	112	16	1.589
Grupos	848	313	265	13	1.439
Radios	298	332	156	94	880
Gratuitos	552	6	0	54	613
Dixitais	244	64	69	5	382
Axencias	187	8	3	5	203
TOTAL	6.718	2.771	2.465	246	12.200

ESTAMOS NUN MOMENTO DE **DESCONCERTO**

- Nos Medios
- Nos Profesionais
- Na Sociedade

ESTAMOS NUN MOMENTO DE: **DEGRADACIÓN**

- Nos Medios Tradicionais
- Nos novos medios
- Na profesión
- Na sociedade

ESTAMOS NUN MOMENTO DE: **DESESPERACIÓN**

-Nos medios tradicionales, nos
novos...

-O principal motivo: O modelo de
negocio.

PERO TAMÉN ESTAMOS NUN MOMENTO DE: **DINAMISMO**

-Os cambios o redor da web social, a popularización de novos procesos de comunicación...

-A multiplicación da experimentación, da competencia...

A FACTURACION NOS MEDIOS: TOCA FONDO?

ANO	T.V.	RADIO	DIARIOS	REVISTAS	TOTAL
2010	3.676	406	2.204	735	7.021
2011	3.451	391	1.996	699	6.537
2012	3.099	348	1.727	598	5.772
2013	2.877	317	1.568	521	5.283
2014	3.436	330	1.497	485	5.748

O SISTEMA MEDIÁTICO PRODUCIDO EN GALICIA

- Edítanse 12 cabeceiras de diarios galegos
- 3 Xornais Deportivos
- 3 de Economía
- 99 publicacións especializadas
- 20 Publicacións electrónicas
- 80 emisoras de Radio privada e 7 programacións publicas
- 25 emisoras municipais
- 14 Programacións de TV

NON ACABAN DE FIXARSE OS NOVOS
PARADIGMAS

PERO O MARCO ESTÁ BASTANTE
CLARO:
**A SOCIEDADE DA
COMUNICACIÓN**

SOCIEDADE DA COMUNICACIÓN

- Emerxe da implantación das TIC na cotidianidade das relacións sociais, culturais e económicas.
- Modifica a forma en que se desenvolvan moitas actividades propias da sociedade moderna.
- A Información (feitos e sucesos) é instrumento do coñecemento.
- Coñecemento é a interpretación dos mesmos dentro dun contexto e con unha finalidade.
- Cuestiona a información como negocio

SABER FRENTE A COÑECIMIENTO

“AS NOVAS TECNOLOXÍAS DA INFORMACIÓN E A COMUNICACIÓN QUE ACOMPAÑAN Á SOCIEDADE DO COÑECIMIENTO ESTÁN TRANSFORMANDO RADICALMENTE AS ECONOMÍAS, OS MERCADOS E A ESTRUCTURA INDUSTRIAL, OS PRODUTOS E SERVIZOS, OS POSTOS DE TRABALLO E OS MERCADOS LABORAIS” PETER DRUCKER

INTERNET MOTOR DA SOCIEDADE DO COÑECIMENTO

- “A ***Galaxia Internet*** é un novo entorno de Comunicación. Como a Comunicación constitúe a esencia da actividade humana, todas as áreas da actividade humana estánse vendo modificadas... Nace unha nova estrutura social”.
(M. Castells)

CASE TODOS USAN INTERNET

- O 80,6% da poboación utilizou Internet nos últimos 3 meses (INE 2016)
- O 98,6% entre 16 e 24 anos (INE 2016)
- O acceso dende “smartphons” supera por primeira vez a PC e portátiles (AIMC 2016)
 - O 94,6% accede dende móbil
 - O 73,6% dende portatil
 - O 67,5% dende ordenador

CASE TODOS USAN INTERNET

- O 42,6% dos usuarios pasa máis de 4 horas
- O 26,4% , entre 2 a 4 horas
- Un 68,2% usa mensaxería móbil
- Un 79,2% usa as redes sociais:
 - 87% Facebook
 - 48,9% Twitter
 - 40,4% Instagram

ACTORES DO CAMBIO

- **Yahoo: Xaneiro de 1994**
- **Hotmail: 1996**
- **Google: 27 de setiembre de 1998**
- **Baidu.com: Final de 1999**
- **Blogger: Agosto de 1999**
- **Wikipedia: 15 de enero de 2001**
- **Facebook: 2004 (en aberto dende setembro de 2006)**
- **Youtube: Febrero de 2005**
- **Twitter: Marzo de 2006**

OS BOS ANOS PASADOS

- Fai case cuarenta anos, ante o encarecemento do coste do papel e comenzo da dixitalización, os editores sinalaban xa que eran ‘vendedores de ideas, non de papel’. Unha preocupación do por vir que, sen embargo, non tivo maior eco nas estratexias da industria. Non se publicou por enton un libro excelente do periodista y profesor de Oxford, Anthony Smith, *Gooby, Gutenberg: The newspaper revolution of the 1980's* (1980), no que se sinalaba un camiño irreversible para a prensa, trazado pola dixitalización e as telecomunicacións.
- Aquelas temperans amenazas disipáronse co final da crisis da década de 1970. A tecnoloxía dixital, que aumentou a produtividade industrial, e o medre do sector informático iban a rescatar para o medio anos dourados, nos que as promesas da dixitalización deixaron de ser inquietantes.

NOVO ESCENARIO MEDIÁTICO

- Nun escenario de Crisis global, o sector da Prensa augura o final da súa función en soporte papel, pero non o fin da Industria periodística. (Castells)
- Os Medios de Comunicación non desaparecen, transfórmanse con Internet e buscan unha restructuración para actuar no novo escenario. Os medios adáptanse a Internet.
- Internet non mata ao xornalista porque segue a ser necesario como reporteiro e como interprete da realidade.

SEGUNDO CASTELLS

- A tecnoloxía é unha instrumento, non un fín.
- O Xornalismo na web é unha modalidade, como o que se fai na radio ou na TV
- O importante é a mensaxe periodística que segue a ser fundamental.

ROBOTS CONTRA XORNALISTAS

- 20.000
- Todos -principalmente os que vivimos disto- nos preguntamos si é posible un periodismo sen xornalistas. E xa aparecen voces apocalípticas que apuntan a que isto é posible. Igual que será posible fabricar coches sen man de obra.
- En todo caso, defendemos a intermediación profesional, con xornalistas que dominen as claves da comunicación dixital para axustarse aos novos tempos.

A PROFESIÓN PERIODÍSTICA XA CAMBEOU

- **INTRODUCCION DE NOVAS NARRATIVAS:**
 - A información xerase e elaborase de forma distinta, con máis medios técnicos, con novos elementos e linguaxes
- **A REDACCION ORGANIZASE DE FORMA DIFERENTE**
 - Guiadas polo principio de “o dixital primeiro” e os xornalistas están acompañados de programadores, estadísticos, sociólogos, inxeneiros.

NOVOS PERFILES PROFESIONAIS

- OS principais medios de Comunicación con presenza na rede:
 - As, 20Minutos, El Mundo, El País, Grupo Zeta, Hola, La Vanguardia, Marca, Prensa Ibérica, Publico e Vocento ; SER, Telecinco, A3Media, contan con:
 - XESTOR DE REDES SOCIAIS
 - ANALISTA SEO (Search Engine Optimization)
 - ANALISTA SEM (Search Engine Marketing)
 - XESTOR DE PROXECTOS

PERFILES PROFESIONAIS DA CADEA SER

- Una redacción digital especializada con conocimiento de RRSS, nuevas narrativas, SEO, periodismo de datos, infografía, contenido viral debe contar con los siguiente perfiles:
 - ✓ Refuerzo en redes sociales, community managers
 - ✓ SEO y analítica web
 - ✓ Videoperiodistas y especialistas en audio.
 - ✓ Diseñadores, maquetadores e infografistas.
 - ✓ Producto: especialistas en desarrollo de producto con foco en el desarrollo de móvil, audio y local
 - ✓ Periodismo de datos, infografía, visualización, análisis de big data.
 - ✓ Nuevas narrativas en audio y texto, mapas, iniciativas de 'Lab'.
 - ✓ Documentalistas, mejora del etiquetado y metadato del audio.
 - ✓ Equipo de venta especializado en el producto digital de Cadena SER: audio (podcast), móvil y local.

TENDENCIAS PROFESIONAIS

AS TECNOLOXÍAS ACTUAIS ESTÁN MUDANDO NON SOLO COMO SE PRODUCEN OS CONTIDOS PERIODÍSTICOS, SENÓN TAMÉN COMO SE CONSUMEN, COMO INFLUEN

- **NOVAS NARRATIVAS** que combinan tecnoloxías distintas como video, audio, 3D, infografía e textos (Xestor de Proxectos)
- **PERIODISMO DENDE E PARA O MOBIL**, redes sociais e Twitter como principal suministrador de información.
- **PERIODISMO DE DATOS**, fomentado polo desenrolo dixital, con creación de Unidades de Periodismo de Datos (Miami Herald...) e alimentados pola interactividade.



TENDENCIAS PROFESIONAIS

- **SEGURIDADE NO TRABALLO PERIODISTICO** co desenrolo de normas de protección antiataques e filtros para blindar as fontes nunha rede chea de perigos.
- **O XORNALISTA SUXETO DAS REDES.** As redes son unha poderosa ferramenta e aliado para introducirse no mercado
- **A CONTRAPOSICION XORNALISTA/EDITOR.** En menos de dez anos sairon á rúa 500 medios promovidos por xornalistas, con proxectos máis peridisticos que empresariais.

TENDENCIAS

- **A información será cada vez mais compartida:**
 - **A forma como se comparte información será cada vez más en dúas direccións.**
 - **Os medios seguen a ser fontes de información para os cidadáns pero non a única.**

TENDENCIAS

- **A cobertura da información será cada vez mais en vivo e en directo:**
 - **As tendencias apuntan a un seguimento dos eventos en tempo real e a unha maior atención a súa evolución e as súas consecuencias.**

TENDENCIAS

- **Mellora a visualización das noticias:**
 - **As portadas dos sitios web cambiarán constantemente pola cantidade de información que se presenta.**

TENDENCIAS

- **Os novos dispositivos están mudando os hábitos de información** (non todos consumen información en vivo, senón que a gardan para outro momento).
- **Os medios teñen que adaptarse ás costumes dos usuarios.**

TENDENCIAS

- **Aparecen modelos individuais de noticias:**
 - **A aparición de novos modelos de produtos demostra que nalgúns casos haberá periodistas que teñan a súa propia audiencia porque teñen unha presenza social individual moito máis forte.**

TENDENCIAS

- **O boom dos smartphons mudou o consumo de información:**
 - **A redacción e presentación das noticias cambeou para adaptarse o formato dos móbiles.**

TENDENCIAS

- **As organizacións non lucrativas que producen contidos periodísticos buscan reinventarse para outros contextos.**

TENDENCIAS

- **Os medios abren ventás para que os usuarios reporten erros e envíen suxestions para mellorar os produtos on line.**
 - En febreiro de 2011, **The Washington Post** abre esta vía en todos os artigos/pezas

TENDENCIAS

- **Os medios comprometidos co bo periodismo son máis **TRANSPARENTES**:**
 - **Hai que citar, enlazar... e ofrecer a maior transparencia.**

TENDENCIAS

- **Blogs, Redes Sociais... e outras ferramentas son imprescindibles para facer hoxe xornalismo.**
 - **Hai que contactar, crear comunidade, relacionarse, colaborar, escoitar...**

TENDENCIAS

- **As exclusivas xeran tráfico, pero teñen corta vida. Por iso hai que pensar na exclusiva como un complemento.**
 - **Agora son importantes os puntos de vista, a optimización nos buscadores, a xestión...**

VALORES DE ONTE, VALORES DE MAÑAN.

- Imparcialidade
- Precisión
- Transparencia
- Responsabilidade
- Independencia

**Moitas grazas pola
vosa atención.**

xoseramon.pousa@usc.es

EN 40 ANOS GALICIA PERDEU 60 MIL HABITANTES E PASOU DE

- 6 Xornais diarios
- 1 Semanario
- 3 Cadeas de Radio e 17 postes emisores
- 2 Cadeas TV
- 12 Xornais diarios (papel)
- 5 semanarios (papel)
- 13 cadeas de Radio con 250 postes emisores
- 7 cadeas TV e 28 programas en aberto