



---

PROPUESTA NUEVO GRUPO DE TRABAJO DE  
LA PLATAFORMA DE  
**TECNOLOGÍAS AUDIOVISUALES EN RED**  
17 DE ABRIL DE 2007

---



**Nombre del nuevo grupo de trabajo:**

**Gestión de contenidos y distribución multiplataforma.  
(Retos y oportunidades de las tecnologías audiovisuales en red)**

**Acrónimo (nombre de referencia) : GTGCDM**

**Nombres de las personas proponentes:**

**Eduardo Burgoa, Vicente de Gracia**

**Datos de contacto**

Entidad: AIDO, Instituto Tecnológico de Óptica, Color e Imagen  
Dirección: Nicolás Copérnico 7-13, Parque Tecnológico, 46980 Paterna (Valencia)  
Teléfono: 96 131 80 51  
Fax: 96 131 80 07  
Email: eburgoa@aido.es, vdg@aido.es

**Descripción del grupo de trabajo:**

**Distribución multiplataforma de contenidos. Retos y oportunidades.**

El presente grupo de trabajo, liderado por AIDO, Instituto Tecnológico de Óptica, Color e Imagen, tiene como objetivo aprovechar las sinergias de los colaboradores para profundizar en el ámbito de la distribución de contenidos multiplataforma desde una doble perspectiva.

Por un lado, la de los productores de contenidos, que cada vez son más conscientes de la necesidad de abordar su labor con una nueva metodología que permita la generación de un producto versátil y adaptado a las características propias de las distintas plataformas emergentes; este proceso debe estar guiado por un sentido de excelencia, flexibilidad, y aprovechamiento de las enormes posibilidades de generación de negocio de estos nuevos canales de distribución.

Por otro lado, es básico abordar esta problemática desde el acercamiento a la problemática propia de los operadores de telecomunicaciones en su nuevo papel como proveedores de contenidos emergentes, cada vez más conscientes de las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías para la distribución audiovisual y de los nichos de mercado existentes en este mercado.

Desde esta doble perspectiva, el grupo de trabajo generará ideas y servirá como embrión para la concreción de proyectos en este ámbito que sean capaces de generar, a medio plazo, propuestas de desarrollo innovadoras que faciliten el

lanzamiento de iniciativas de éxito para las dos partes implicadas en esta nueva realidad.

Una de las premisas fundamentales de trabajo será sin duda la optimización de los recursos necesarios para el desarrollo de entornos normalizados que permitan la gestión de un mismo contenido en diferentes plataformas, esta interrelación favorecida por la digitalización de los sistemas requiere de un esfuerzo continuado en la consecución de herramientas que automaticen procesos y sobre todo añadan un valor de inteligencia sin precedentes.

Así pues los contenidos que circularán por los nuevos canales interactivos deberían ser concebidos con el fin de ser empleados globalmente en multiplataforma (Banda ancha - IPTV, TDT, DVB-H, 3G, UTMS, Satélite, Cable, etc) y han de poder hacer uso de arquitecturas tecnológicas abiertas y de opciones (realidad virtual, alta definición, etc.) que permitan una mayor oferta y competencia en beneficio del usuario final.

Hasta el momento los desarrollos en materia de servicios y aplicaciones han redundado en la conformación de una interactividad que podríamos considerar como primaria, donde la comunicación no obtenía en todos los casos el feedback necesario (incluso en el peor de los casos ni siquiera es posible garantizar la correcta y más óptima comunicación entre el usuario y la máquina). Por tanto el reto para los próximos años tiene que pasar fundamentalmente por la reorientación de esas mismas estrategias comunicativas y con ello incidir en la especialización de esa interactividad. Aunque para conseguirlo no deben abandonarse conceptos tan importantes como la facilidad de uso frente a la complejidad que suele manifestar la tecnología para los nuevos usuarios o la accesibilidad y compatibilidad de los mismos.

### Posibles aplicaciones:

El grupo persigue la investigación, el desarrollo y la procedimentación de nuevos métodos para el diseño de contenidos interactivos y multiplataforma, más allá de los ya conocidos servicios y aplicaciones ampliamente desarrollados, mediante la adaptación de fórmulas avanzadas de gestión del diseño de producto, y con ello poner en práctica la consolidación de la evolución tecnológica bajo la perspectiva de favorecer con ello la capacidad para formular líneas de I+D de manera directa dentro del propio sector productivo de contenidos, sector éste al margen de la investigación y de las potencialidades de las integradoras procedentes de las telecomunicaciones.

Por tanto el presente grupo tendrá como propósito fundamental recoger una serie de procedimentaciones en la formulación del diseño de producto audiovisual y que permita establecer las guías para garantizar los aspectos de interactividad, accesibilidad y sobre todo interoperabilidad entre plataformas.

Igualmente el grupo de trabajo abordará el análisis del efecto de la migración de todos los participantes de la cadena de valor, incluyendo empresas de telecomunicaciones, operadores y redes de cable, proveedores de servicios y contenidos, operadores de satélite, proveedores de software e infraestructuras y consumidores, a una red de provisión basada en el protocolo de Internet, así como

los efectos de los avances tecnológicos y la eclosión del mercado de distribución de contenido audiovisual producido específicamente para plataformas móviles.

Las aplicaciones resultantes de la labor de este grupo de trabajo pueden ser de gran interés tanto para los operadores de telecomunicaciones, que podrían beneficiarse de las posibilidades adicionales de comercialización de contenido audiovisual para sus redes, como para los creadores de contenidos, que añadiendo este know-how en cuanto a gestión de diseño de sus productos, pueden obtener un material mucho más competitivo, flexible, y adaptado a las demandas de un mercado más amplio.

### Estado actual del sector de aplicación:

El sector de la creación de contenidos multiplataforma es un sector en claro ascenso, como demuestra el creciente número de empresas de tecnología y proveedores de contenidos que cada vez más diseñan sus contenidos adaptados a la nueva realidad generada por estas nuevas plataformas.

Este sector de aplicación en ascenso es por ello un caldo de cultivo idóneo para el desarrollo de propuestas de innovación que permitan maximizar los avances de las nuevas tecnologías de distribución y comercialización audiovisual en nuevas plataformas y su materialización en forma de convergencia.

El término convergencia describe en la actualidad dos tendencias: la capacidad de que distintas plataformas de redes (retransmisión por ondas, satélite, cable, telecomunicaciones) provean servicios parecidos; y la fusión de dispositivos de consumo como teléfonos, televisores o PCs. Desde la perspectiva de la tecnología, las fuerzas gemelas que aceleran la convergencia son la mayor penetración de la banda ancha y la creciente normalización de las redes y dispositivos para utilizar el protocolo de Internet (Internet Protocol; IP).

La convergencia elimina las anteriores distinciones de los canales de distribución de los medios (por ejemplo, retransmisión de televisión/televisión por cable, radio, medios impresos, online) en una única cadena de provisión de medios. Una infraestructura convergente respalda una serie de modos de interacción entre los usuarios y los contenidos. Además, los protocolos abiertos de transporte e interfaz del protocolo de Internet implican que el acceso a los contenidos ha pasado a depender en gran medida de la red y el dispositivo.

La convergencia afecta fundamentalmente a dos áreas en el corazón de cualquier industria basada en los medios: la creación de contenidos y el transporte. El primer paso requiere seleccionar, empaquetar y codificar el contenido en un medio. El segundo paso transporta el contenido a su destino y después lo decodifica para que se pueda utilizar. En la mayoría de los casos es el segundo paso el que define determinado mercado de medios, influyendo sobre la forma que adopta el contenido en el primer paso. No obstante, como reto dentro del grupo, se propone la puesta en común del carácter marcadamente creativo en la etapa de producción del contenido, enriqueciéndolo con la potencialidad que el conocimiento tecnológico puede prestar en la lectura del mismo.

Los propietarios de contenidos son en consecuencia tanto facilitadores como beneficiarios de la convergencia. Posibilitan las experiencias de medios convergentes ofreciendo a los consumidores sus bibliotecas de contenidos en formato digital a través de cualquier dispositivo y red de acceso. Se benefician de la convergencia al atender las nuevas necesidades de medios de los consumidores con los modelos empresariales y de distribución adecuados.

#### Otros comentarios:

Este grupo de trabajo está abierto a la participación de los miembros de la Plataforma eNEM que estén interesados en este ámbito de estudio y en la materialización de propuestas concretas para nuevas líneas emergentes de distribución audiovisual a través de nuevas plataformas.

Este grupo pretende tender un puente entre los dos sectores desconectados Telecomunicaciones – Contenidos ante la incapacidad manifiesta de unos y otros para hacer frente al cambio tecnológico y sobre todo con garantías suficientes para la puesta en marcha de modelos de negocio novedosos y que terminen por arrastrar definitivamente a la migración tecnológica y con ello al propio progreso social.