

Cómo la digitalización y la creación de redes están cambiando el negocio

Dra. Alejandra Marano

*Directora General del Instituto Buenos Aires Comunicación (BAC) – Escuela de Cine TV y
Nuevos Medios*

consejo

Profesional de Ciencias
Económicas de la Ciudad

Fuente: Revista Consejo Año V – Nº 25 – Noviembre 2012 – ISSN 1851-6610

Los medios masivos de comunicación fueron sufriendo grandes transformaciones a lo largo de las décadas. Se pasó del modelo monopólico de los años 40, con grandes cadenas cinematográficas y de televisión, donde unos pocos decidían cuál era el contenido que veíamos, al modelo actual: muchos medios – muchos productores.

Con la digitalización de redes y la proliferación de medios (blog, fotolog, podcast, Facebook, Twitter, YouTube, Wikipedia, IPTV), cada uno de nosotros se convirtió en prosumers, o sea, productores de contenidos aparte de consumidores pasivos. Esto crea un sinnúmero de oportunidades. Hoy mismo ya hay gran cantidad de nuevos microemprendimientos que están tomando ventaja del cambio. O, para citar a Karl Marx, “los trabajadores se han apropiado de los medios de producción”.

Cambia la tecnología y eso nos lleva a otros escenarios, nos abre posibilidades. Cambia la manera de contar las cosas: hoy todos podemos narrar nuestra historia a quien quiera verla y escucharla, saltando la cadena de valor tradicional de los medios de comunicación. Hay chicos que producen videos (autodenominados youtubers) que logran millones de visitas. Ellos solos, subiendo un video a Internet.

Somos testigos de un cambio de paradigma, que trae como consecuencia inevitable un cambio en la cadena de valor y en los modelos de negocios. La digitalización y la creación de redes han producido una explosión de contenido y de canales de distribución. Esta proliferación de medios está afectando seriamente la economía de los medios tradicionales que dependían de muchos ojos mirando el mismo medio, la TV, por ejemplo. Hoy la atención del consumidor se dispersa. Entonces, hay que replantear, adaptarse. Como ya vieron varios expertos, el mundo de los medios está lleno de ejemplos de no adaptación: Olivetti no inventó la PC, las discográficas no inventaron iTunes, las telefónicas no inventaron Skype y los canales de TV no inventaron YouTube, solo por poner algunos ejemplos. En mi opinión, somos los profesionales en Ciencias Económicas quienes vemos el cambio y acompañamos los emprendimientos que surgen de los nuevos modelos, quienes vemos el orden en el caos del cambio. Es todo un nuevo desafío y, me parece, nos presenta nuevas oportunidades. Muchos nuevos emprendedores seguramente sobrevivirán con nuestra ayuda.

Hace ya algunos años me recibí de Contadora Pública en la Universidad de Morón. Mientras estudiaba, y un poco por azar, comencé a trabajar en el departamento administrativo de una empresa de canales de cable. Ahí se producían y transmitían varias señales, muchas de las cuales, aún hoy, están al aire, como Space, I.Sat e Infinito. Rápidamente, me di cuenta de que los balances y los impuestos no eran para mí, me peleé con mi decisión de carrera de entonces. Con el tiempo, entendí que lo que estudié era exactamente lo que necesitaba. Mi formación me permitió entender los modelos de negocios, llevar ideas a la práctica, y, sobre todo, entender los cambios de paradigmas económicos que sobrevienen con los cambios tecnológicos.

Desarrollé toda mi carrera profesional dentro de la industria de los medios de comunicación. No hubiera podido lograrlo si no fuera por las herramientas que me dio mi formación académica. Hoy dirijo un canal de televisión dentro de la plataforma digital - TDA (Construir Tv)- y soy socia en BAC -Escuela de Cine, TV y Nuevos Medios-.