

**Indra**

# Mesa Redonda: Tecnologías para la comunicación del valor del Patrimonio

## La TDT como nuevo vehículo de comunicación en la SI

**Daniel García Manteiga**  
Gerente del Mercado de Media

Curso: Turismo Cultural y Posicionamiento  
en Internet

Alicante  
Noviembre 2007



- **Compañía española líder en TI y Sistemas de Defensa**
- **2.000 M€ en ventas**
- **1/3 en mercados internacionales**
- **19.500 profesionales**
- **Modelo de negocio diferencial**

# Presentación general / Fuerte presencia internacional con un enfoque a mercados geográficos con alto potencial de crecimiento



Más de 30 filiales  
Referencias en más de 80 países



## Introducción: Transformación

**La transformación** de lo que conocemos como **contenido de televisión** se dirige hacia un mercado que **abarca desde** la **disponibilidad actual de contenidos de vídeo y audio con interactividad, dispositivos** de recepción de vídeo (PVR's y VOD), visualización de programas y contenidos (o fragmentos de los mismos) a través de portales y aplicaciones P2P en internet, **hasta** formatos nuevos para dispositivos móviles como POD, televisión móvil, etc.

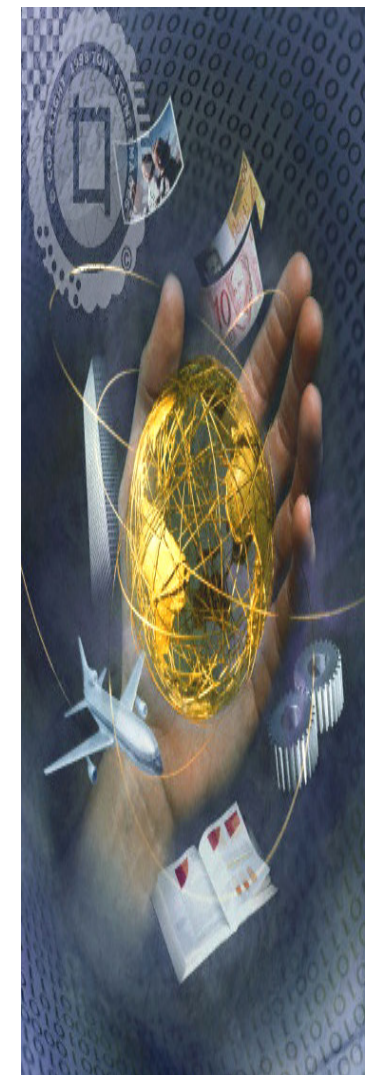


## Introducción: Tendencias en Contenidos

En los últimos años tanto la cantidad de **canales de distribución**, como los **formatos de contenidos audiovisuales** se han **incrementado** considerablemente. Esto ha hecho que las personas cambien sus hábitos de consumo, favoreciendo la atomización del mercado hacia segmentos más pequeños y diferenciados.

Entre las principales tendencias tenemos:

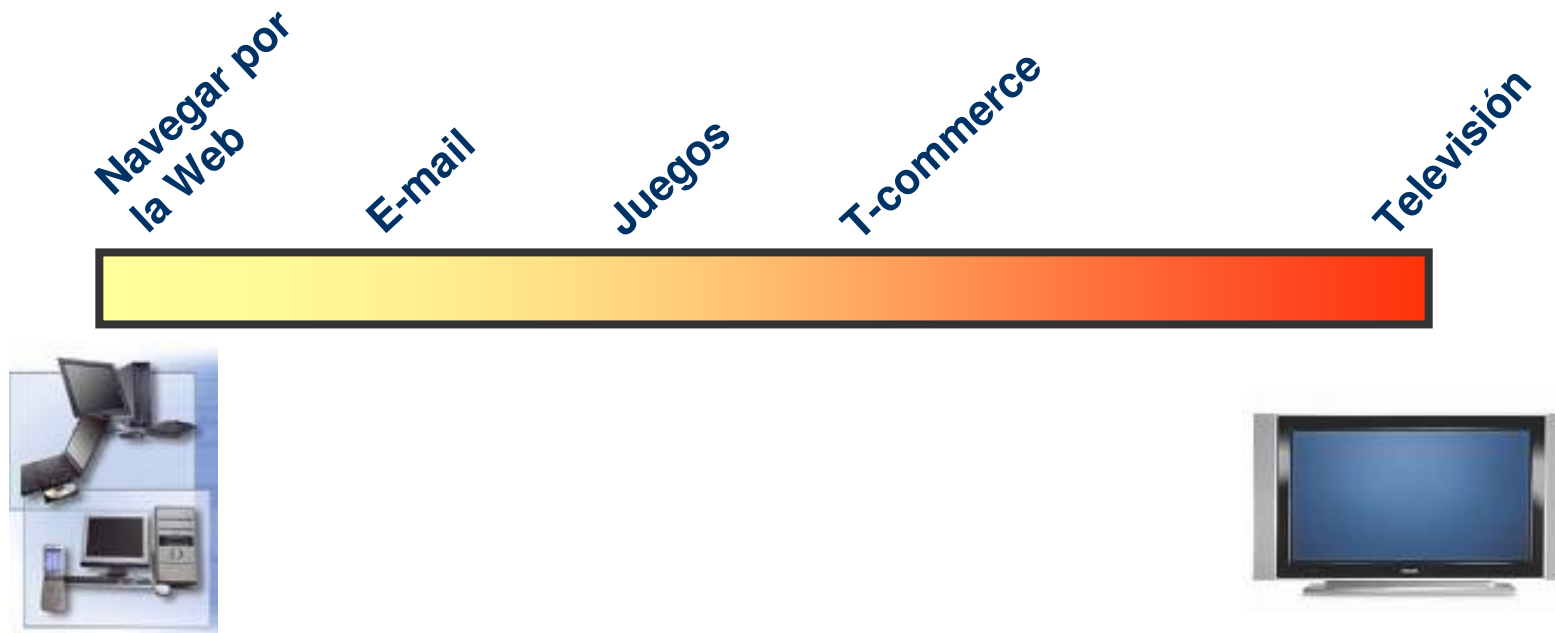
- Proliferación de nuevos formatos para los contenidos, lo que conlleva a una dispersión de su valor en el mercado.
- Crecimiento de las redes de distribución: Terrestre (tanto analógico como digital), Cable , Satélite, IPTV, etc.
- Fragmentación de las audiencias a través de esos nuevos formatos.
- Mayor control de las audiencias en base a los productos que consumen.
- Creciente demanda hacia tener el control por parte de los telespectadores sobre “que ver” y como verlo.



## Introducción: Que es la interactividad en TVD

**Definimos la Interactividad en TDT** como: la **capacidad para difundir aplicaciones y servicios (datos) a través de la red de Broadcast**. Estos servicios permitirán al usuario interactuar con el receptor, cambiando el modo de “intercambio de información” actual con el televisor.



**PC**

- “pro-actividad”
- concentración
- acceso individual
- teclado / ratón
- distancia de visión 0.5m

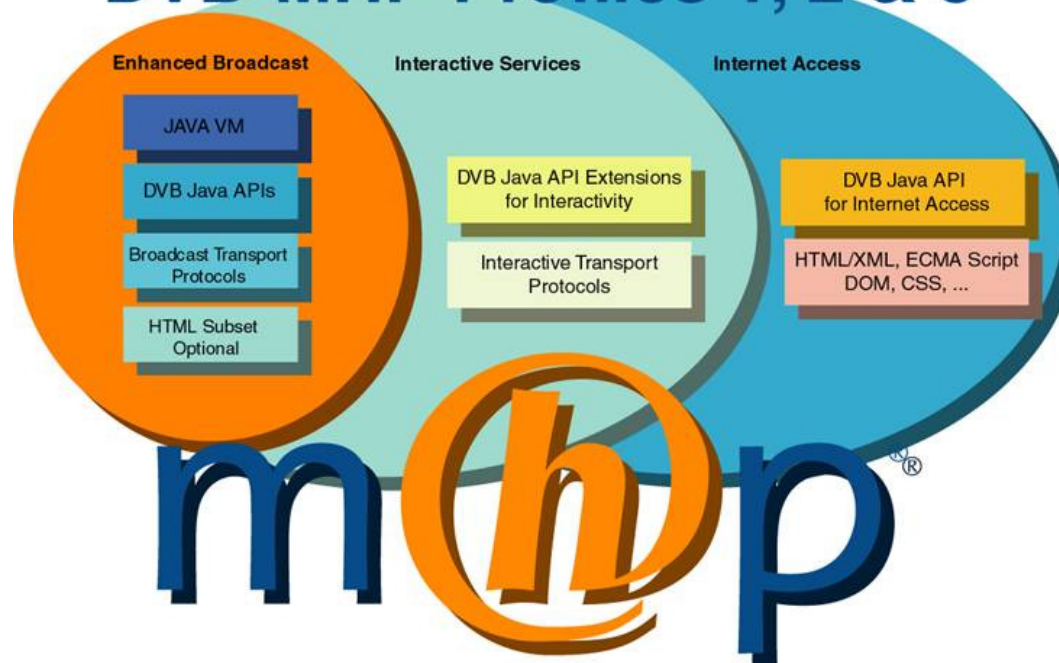
**TV**

- “pasividad”
- Relajación
- individual o en grupo
- control remoto
- distancia de visión 1.5-2m

## Tipos de Servicios Interactivos

MHP: Multimedia Home Platform. Estándar abierto desarrollado por el DVB Project. Entorno basado en Java que define una interfaz genérica entre las aplicaciones para TV Digital y los terminales.

### DVB-MHP Profiles 1, 2 & 3



- **Enhanced Broadcast:** Perfil más restrictivo. No incorpora el canal de retorno. Interacción local: EPG, Serv. Información, Juegos, etc.)
- **Interactive Services:** Perfil que engloba al anterior y que incorpora comunicación bidireccional (a través del canal de retorno).
- **Internet Access:** La suma de los dos anteriores, incorporando acceso a aplicaciones web adaptadas (correo, Browser, etc.)

# Servicios interactivos

## Caso real: Servicios Interactivos RTVE

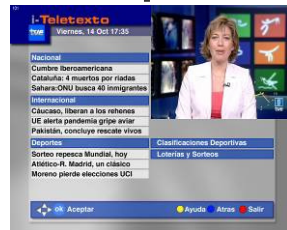


Lanzadera

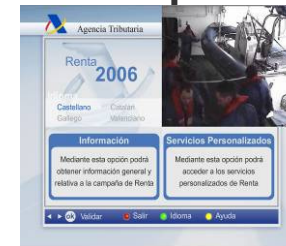
Servicios



Guía electrónica de programación



Teletexto-DT



Renta 2006



Emplea-T



Bolsa



Tráfico



Meteorología

Fuente: RTVE Digital

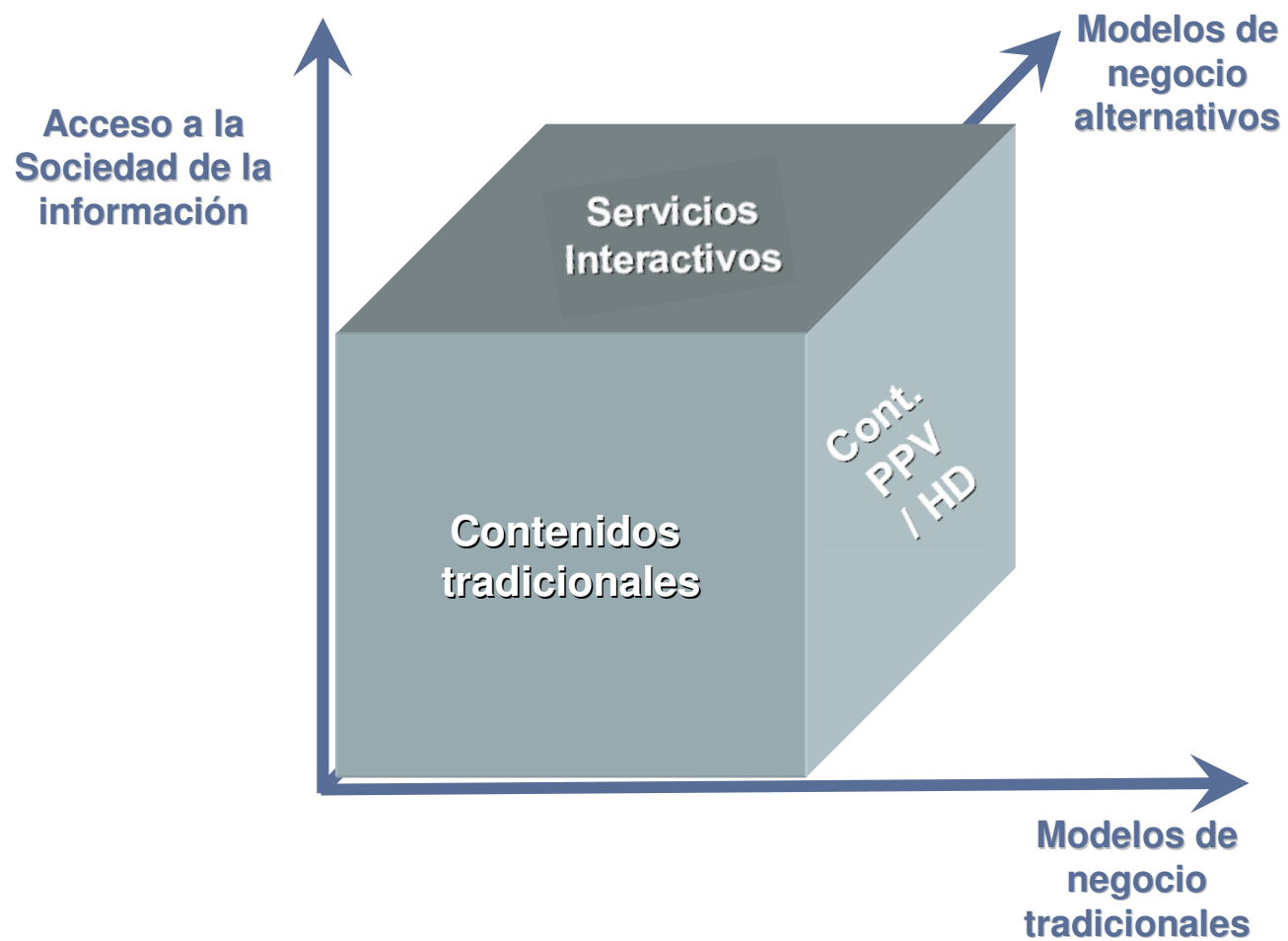
Nov. 2007

La norma DVB de televisión digital: tecnología e interactividad al alcance de todos

★ Servicios que utilizan el canal de retorno

Indra, derechos reservados

## Que oportunidades se abren con la interactividad



## Acceso a la Sociedad de la Información.

Vehículo de acceso para personas que no están habituadas a canales de acceso a la sociedad de la información, es decir, vehículo para la reducción de la llamada *“Brecha Digital”*

Ejemplos:

- ✓ Búsqueda de empleo
- ✓ Información de Interés Público
- ✓ T-Administración
- ✓ Educación / Formación
- ✓ **Turismo Cultural**
- ✓ **Difusión del Patrimonio**
- ✓ Etc.



## Ejemplo de Turismo Cultural

El Servicio **Turismo Digital**, permite:

- Consultar la recomendación del “**libro del día**”. Con información sobre su autor, biografía, estilo, resumen, e incluso leer algunos fragmentos destacados. Los libros recomendados pertenecen a autores nacidos en la región consultada.
- **Jugar**. Permite al usuario participar en juegos educativos “tipo trivial” sobre la cultura de la región.
- **Alojamiento**. Presenta un listado de los principales hoteles y hostales, recomendados en un municipio seleccionado.
- **Libro de visitas**. Permite al usuario dejar constancia de su paso por una región. Puede hacer algún comentario libre. Se usa el canal de retorno.
- **¡Toma nota!** Sección en la que se destacan los eventos de interés para el día consultado en la región. ferias, exposiciones, actuaciones especiales, etc.



## Ejemplo de Promoción del Patrimonio

Puede ser un complemento al anterior o un servicio de información independiente



El servicio permite consultar información sobre el patrimonio español en todo el territorio nacional.

El usuario selecciona la provincia de interés a través de un cursor que se desplaza por el mapa.

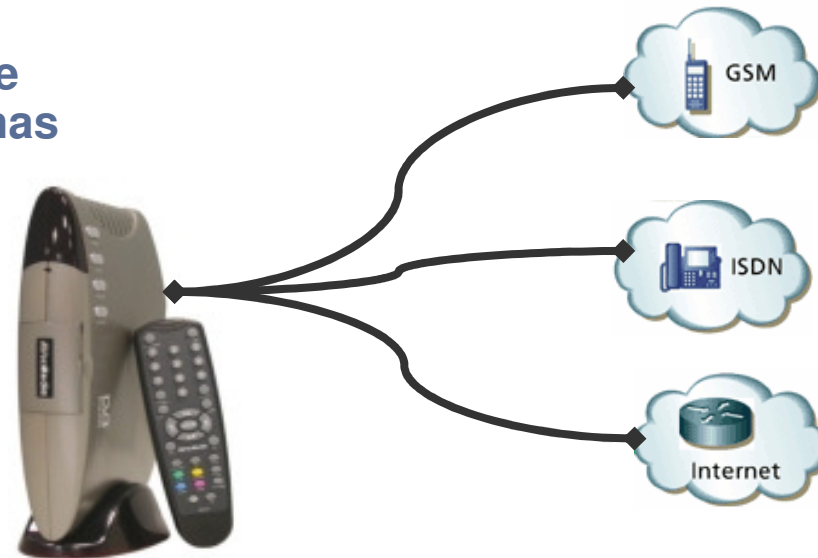
Para cada provincia, el usuario podrá consultar información específica sobre:

- Museos
- Monumentos
- Espacios Naturales
- Golf
- Playas, en el caso de ser provincia costera



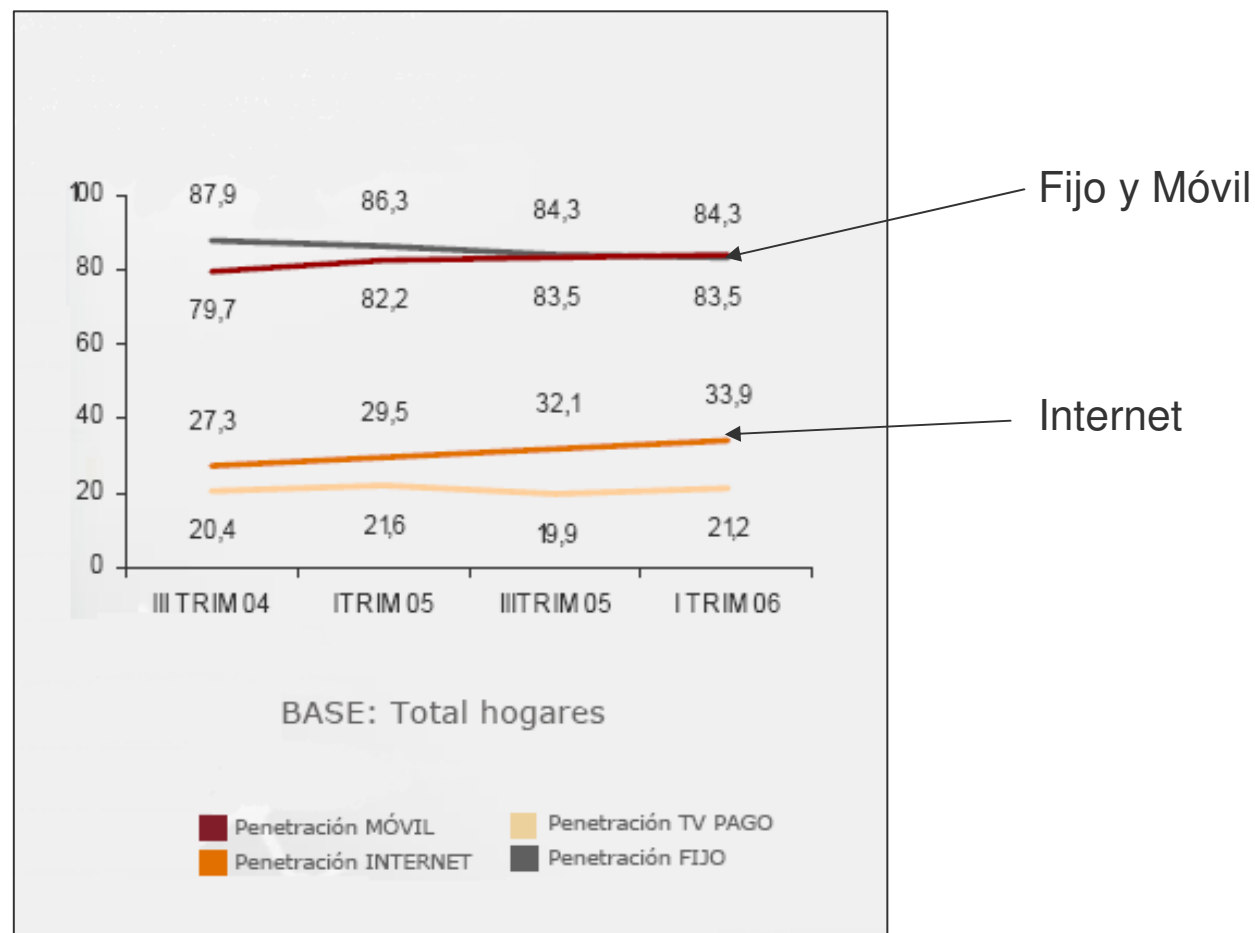
## ¿Que es el “canal de retorno”?

Canal de comunicación **que se puede establecer gracias a una funcionalidad** disponible en el receptor. **Pueden implementarse diferentes protocolos para dichas comunicaciones.**



## Convergencia con otras tecnologías.

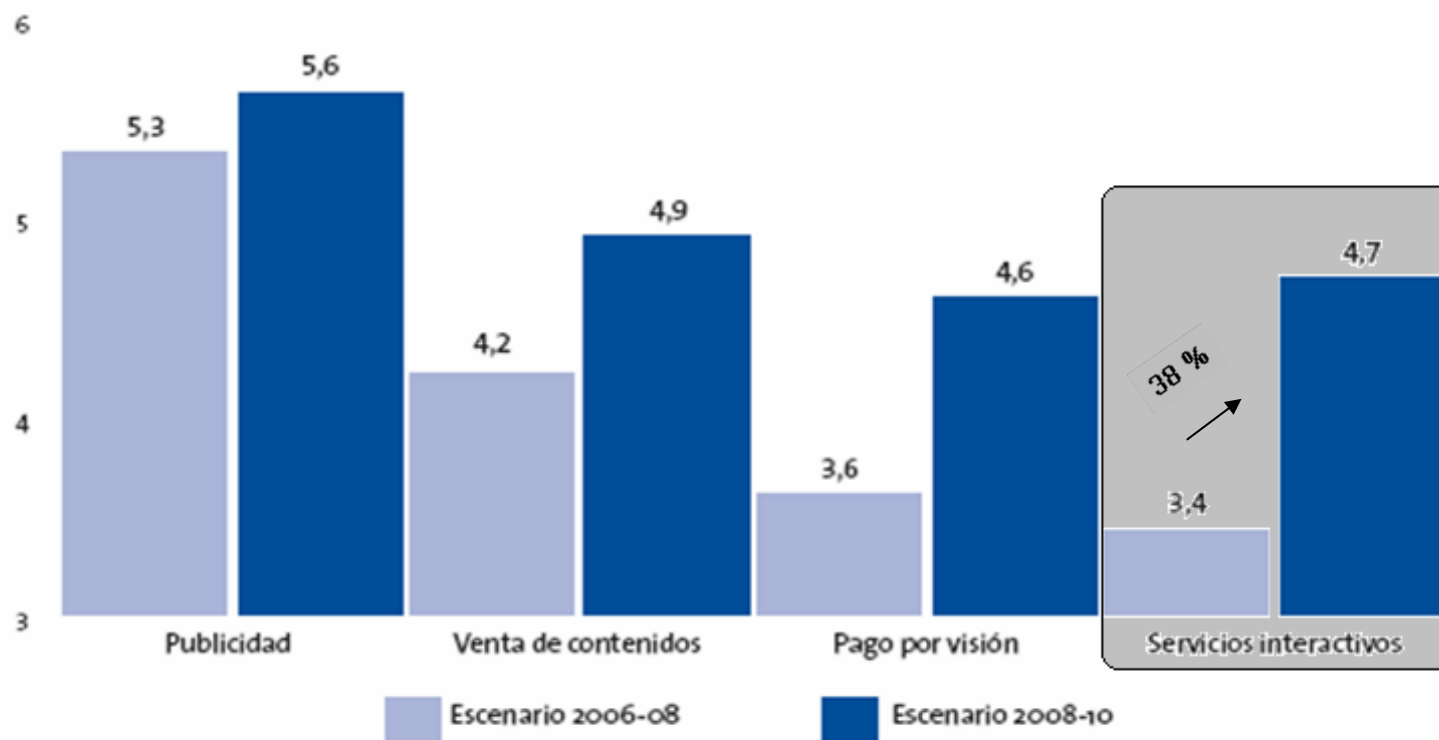
Hechos:  
Penetración  
de las TIC en  
los hogares  
españoles



Fuente: Red.es. Informe "XI Oleada 'Las TIC en los hogares españoles' " Octubre 2006

## Modelos de Negocio Alternativos

Importancia de las fuentes de ingreso en los modelos de negocio de la TDT



Fuente: Medios de Comunicación, Tendencias '06. Fundación Telefónica

## ELEMENTOS CLAVE

- El futuro de la Televisión a medio plazo pasa por el **desarrollo y consolidación de nuevos modelos de negocio** donde los Servicios Interactivos jugarán un papel relevante.
- Punto de inflexión para **una nueva forma de entender y concebir los contenidos: Multimedia / Interactividad**, con creciente **importancia de la marca** y la capacidad inherente de generar ingresos adicionales a la publicidad.
- **Limitaciones tecnológicas que desaparecerán en función del crecimiento del mercado**, dejando vía libre a la creatividad y a los estudios acerca de las preferencias de la audiencia.
- La explotación de **la interactividad abre un mundo de posibilidades** gracias al valor de la información adicional que puede ofrecerse al usuario, **con y sin canal de retorno**.

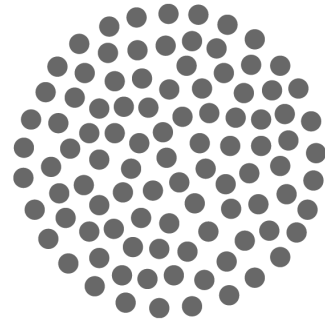


Fuente: [www.artmediacompany.com](http://www.artmediacompany.com)

- *El contenido como fuente valor. Si el contenido funciona, la interactividad funciona. Nunca al revés.*
- *La interactividad es una gran oportunidad para desarrollar nuevos modelos de negocio y modelos de inclusión social, basados en una nueva forma de "ver la televisión".*

# ¿Preguntas?





**Indra**

Transformar el conocimiento en valor

Muchas gracias por su atención

Daniel García Manteiga  
([dgmaniega@indra.es](mailto:dgmaniega@indra.es))