

Mesa 3: Estrategias multiplataforma frente a la TV digital y la convergencia

Qué es una estrategia multiplataforma

- Una estrategia multiplataforma es una forma de **transmedia**, que se define como una manera de elaborar y entregar contenidos donde los distintos elementos de una historia o programa son narrados a la audiencia usando distintos medios. Cada fragmento de la historia ocupa una plataforma y adquiere significado en relación con los demás y no como piezas independientes.
- La adopción de estrategias multiplataforma en los medios de comunicación ha sido la respuesta a los **cambios tecnológicos** del último tiempo, que han venido acompañados con cambios en las prácticas de consumo de contenidos mediáticos. Las audiencias consumen a través de variados dispositivos y/o pantallas: smartphones, tablets, Smart TV, ipods, etc.
- Una clásica forma de estrategia multiplataforma es que los contenidos de la televisión interpelen a la audiencia a participar mediante su Smartphone o Tablet para encontrar nuevos contenidos o, incluso, para modificar lo que está ocurriendo en la pantalla principal.

Ventajas

- Estrategias y contenidos más creativos: mayores posibilidades de innovar en la elaboración de contenidos.
- Alcanzar a más audiencias: la cantidad y tipo de personas que pueden ser alcanzadas aumenta considerablemente cuando se recurre a multiplataformas.
- Involucrar más a las audiencias: una estrategia multiplataforma permite una mayor interacción con el público, además de extender las posibilidades de interacción en el tiempo y espacio.
- Más posibilidades de vender publicidad: para los medios comerciales o los públicos que tienen la necesidad de financiar parte o toda su operación mediante publicidad, una estrategia multiplataforma permite ofrecer más formas de publicidad.

Casos destacados



TVE: la televisión pública española es un caso particularmente exitoso a nivel mundial. Tiene una señal internacionalizada, con millones de espectadores tanto en España como en América Latina. Además de haber desarrollado canales especializados (24 horas para las noticias, Mis Películas para el cine español), cuenta también con soporte para varias plataformas.

- Un gran hito en la consolidación de la estrategia multiplataforma fueron los **juegos olímpicos de Londres 2012**, que se recuerdan como los primeros juegos olímpicos multicanal, multiplataforma y sociales. La cobertura se hizo mediante 19 canales, incluyendo contenidos para redes sociales, smartphones y tablets.
- Otro hito fue la creación de la **filmoteca NODO**, una colección online de 4000 videos, que suman 700 horas.

TV Pública Argentina: otro ejemplo destacado de medios multiplataforma orientados al interés público es **Prisma**. Se trata de una plataforma que acaba de lanzar la Televisión Pública Argentina, compuesta por 80 mil archivos audiovisuales digitalizados, de libre acceso, que reúnen una parte importante del patrimonio televisivo del país.

La importancia de adoptar estrategias multiplataforma para los medios públicos es que pueden llegar en forma más eficiente a sus audiencias, vinculándose con ellas en una relación más amplia y más rica que la relación que se podía conseguir con los medios tradicionales. De ese modo, una estrategia multiplataforma es una excelente manera de fomentar la participación activa de la ciudadanía.

-