

10 tendencias en medios de comunicación y 'telco' para 2024, según Agile Content

[Multimedia](#)

Los esports, la evolución del FAST y la transformación de los informativos serán clave para los medios de comunicación este año. Por otra parte, la inteligencia artificial, la optimización de los datos y el "remoto", tendrán un papel protagonista en las 'telco'

[Agile Content](#), empresa cotizada y proveedora de soluciones de transmisión y televisión por Internet, ha identificado las 10 tendencias más importantes del en medios de comunicación y telecomunicaciones para este 2024. Algunas corresponden a la evolución natural de otras tendencias que se han observado en el sector durante los últimos años y otras, irrumpen como nuevas para destronar a otras que han visto ralentizado su crecimiento.

1. Los deportes se redefinen. En un momento donde el consumo de la televisión está en plena metamorfosis, la innovación y evolución de la experiencia de usuario es muy necesaria. En las dos últimas décadas, los videojuegos han tenido la ambición de parecerse lo máximo posible a los deportes "reales". Ahora, por el contrario, son los deportes los que necesitan aprender y adoptar la tecnología de los videojuegos para ofrecer una experiencia más interactiva y envolvente al usuario. Estos buscan más interactividad, estadísticas al momento, cámaras y efectos, es decir, la redefinición de los deportes tradicionales a través de una interactividad solo vista anteriormente en los videojuegos.
2. FAST se choca con la realidad. Los medios de comunicación, y en concreto la televisión, ha sido uno de los sectores que mayor cambio ha sufrido en la última década. Desde la consolidación de las plataformas de streaming, los usuarios cuentan con diversas opciones para consumir su contenido favorito y a raíz de esos cambios, una nueva tendencia comenzó a aflorar a principios de este año: FAST (televisión en streaming gratuita con publicidad - Free Ad-supported Streaming Television). Sin embargo, tras 2023, la realidad ha demostrado que es muy difícil monetizarlo y que le encaje a la audiencia. Por lo tanto, es probable que la fiebre por ponerlo en marcha se ralentice y se estudien nuevas maneras de como emplearlo con éxito.
3. Las noticias evolucionan. El programa de las noticias es uno de los formatos más importantes de la televisión, pero llevan mucho tiempo perdiendo audiencia y confianza, como ya apuntaban algunas estadísticas como el Panel de Audiencia 2022 de Rebold, donde los informativos sufrían una caída de la audiencia del 11% respecto a años pasados. Por ello y para competir con las numerosas alternativas desarrolladas en Internet, los informativos deben adaptarse al modelo de consumo online. Puede que este 2024 comience con telediarios más personalizados, abandonando la idea de un telediario "lineal" de 30 minutos en favor de un modelo que fomente la exploración y la curiosidad.

4. La IA será la respuesta a la personalización . No es nuevo para ningún usuario de plataformas de streaming ver contenidos recomendados por la propia interfaz según los gustos y preferencias demostrados anteriormente. Sin embargo, debido a la evolución que han experimentado las IAs este pasado año, puede que se dé un paso más en 2024 y la inteligencia artificial pase a dar forma a la experiencia de usuario. En el futuro más próximo, se podrá ver como la sofisticación de algoritmos de IA mejoran la selección de contenidos y ofrecen a los usuarios recomendaciones muy personalizadas en distintos tipos de medios.
5. Decisiones basadas en datos para las 'telco'. La optimización de las operaciones y la automatización de las gestiones permite a las empresas proveedoras en el sector de las telecomunicaciones optimizar sus servicios e integrarse mejor aún en el flujo de trabajo de sus clientes. Así, las empresas no solo lograrán mejorar la experiencia de usuario gracias al flujo de datos, si no que optimizarán sus decisiones.
6. La publicidad se diversifica. La inflación y la subida de precios han sido dos de los temas más comentados durante este año y una de las soluciones que se ha empezado a barajar entre las empresas es la de las fuentes de ingresos adicionales. Por ello, en el sector de las telecomunicaciones se verá un aumento de la tecnología publicitaria, al igual que una mayor capacidad de monetización.
7. Producción y colaboración remotas. La evolución de la cloudificación en el ámbito de la producción de contenidos reducirá la complejidad de las compañías con métodos de consumo más rápidos. Estas nuevas tecnologías van a permitir que las aplicaciones aprovechen los servicios en la nube de diferentes plataformas para mejorar el rendimiento y, además, posibilitarán la colaboración en la producción de medios entre los diferentes actores de la cadena E2E (end to end).
8. Nuevos brokers de suscripciones. Los operadores se convertirán en brokers de suscripciones en el ámbito de los medios de comunicación, combinando y agrupando las suscripciones del consumidor final y haciendo que la experiencia y la interfaz de usuario sean más cómodas para el consumo, combinando banda ancha y medios de comunicación en ofertas atractivas. Esto está en sintonía con el concepto de Agile Store, que combina distintas integraciones de suscripciones en una única interfaz para el cliente.
9. Las telecomunicaciones serán multiprovedores de servicios. ¿Cómo? Incorporando más servicios a su plan para unificar su oferta y ofrecer a los usuarios un único pack de prestaciones. Con ello simplificarían la tarea de contratar e instalar diversos productos con otras empresas (luz, alarmas...). Además, todo apunta a que la televisión se podría convertir en una de las opciones más atractivas dentro de estos servicios.

Nuevos actores en el mercado de la televisión . Los operadores denominados pequeños y medianos van a introducirse en el mercado de la televisión con la intención de mejorar su competitividad y poder medirse con los grandes agentes. Además, gracias a la creciente hipersegmentación de los públicos, el contenido local será una de sus propuestas de valor clave para entrar en este mercado.
