

Los contenidos multimedia en la era digital.

El impacto del canal sobre la oferta.

Ricard Dalmau y Juan Juan Ardanuy

La popularización de los canales electrónicos y de las tecnologías multimedia está produciendo una revolución en el mercado de los contenidos. Las empresas ajenas al sector de medios de comunicación ven en el universo digital una posibilidad de acceder a un mercado que les estaba vedado por la complejidad de la distribución, mientras que las empresas tradicionales se enfrentan a la necesidad de entender y afrontar sus implicaciones para proteger sus inversiones y, al mismo tiempo, explotar las oportunidades que ofrece el nuevo horizonte.

Palabras clave: Canal electrónico, mercado de contenidos, multimedia.

Popularisation of the electronic channel and the multimedia technologies is changing the contents market. Companies, far until today, from communication and media sectors identify in the digital universe the business opportunity to access a closed market where traditional publishers were the only ones. Publishers need to understand and face the implications of the digital revolution, specially the electronic channel, to protect their huge investments in content and exploit future opportunities for old and newly created content.

Key words: Electronic channel, contents markets, multimedia.