Televisión, nuevos medios e Internet

POR **ENRIQUE MORALES CORRAL**

TVMorfosis. La televisión abierta hacia la sociedad de redes

Guillermo Orozco (Coord.)

México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll, 2012, 248 p.

ISBN: 978-607-95789-23

La televisión supone uno de los principales medios de comunicación que el hombre tiene a su alcance para informarse y entretenerse. Este libro pretende mostrar cómo la televisión ha evolucionado en los últimos años y cómo la audiencia tiene en su poder su futuro como órgano comunicativo integrador. La influencia que Internet ha tenido en la televisión ha sido fundamental para este proceso, provocando una mayor interacción con los contenidos y, sobre todo, con la forma de disfrutarlos. Hoy en día se pueden ver programas, series, telediarios… de casi cualquier canal, en cualquier país, disponiendo de acceso a Internet. Esto ha modificado las rutinas de muchos televidentes que ya no necesitan estar un día determinado, a una hora concreta para ver su programa favorito. Ni siquiera necesitan de una televisión, pueden verlo

Fundación Telefónica
Telefónica

en su *smartphone*, *tablet*, PC…

Vivimos en un mundo multipantalla, en el que los canales de televisión clásicos han tenido que ir adaptándose poco a poco, abriendo su programación, integrando más a la audiencia y ofreciendo su programación en *streaming*. La forma de ver televisión ha cambiado radicalmente en diez años, creando nuevos tipos de usuarios que la llevan consigo, alejándola del sofá y de los salones. Se ha producido una nueva condición comunicacional, que permite una relación diferente entre los emisores y los receptores, modificando las antiguas categorías y creando otras nuevas.

El coordinador del libro, el investigador y profesor Guillermo Orozco, ha reunido catorce interesantes trabajos que formaron parte del *Segundo Foro Internacional TVMorfosis*, que se celebró a finales del año 2011 en la Universidad de Guadalajara, México. Estos trabajos intentan aportar reflexiones e investigaciones sobre el presente y el futuro de la televisión como medio de comunicación. Para ello, se parte de la pregunta sugerida desde la introducción por el coordinador: «¿Cómo desarrollar una televisión abierta que sea relevante para transitar a la sociedad de redes y fortalecer desde su pantalla una cultura de participación entre su audiencia?».

El libro consta de tres grandes partes diferenciadas, que nos muestran los bloques sobre los que los investigadores han trabajado.

El futuro de la televisión comercial

La primera aborda el presente más inmediato de los actuales modelos comerciales de la televisión, preguntándose cuál va a ser su futuro o si el modelo tradicional ha muerto definitivamente. Pretende ofrecer también una discusión sobre la proyección de la televisión en una sociedad basada en redes. En el primer artículo, Miller muestra las nuevas oportunidades que la televisión tiene ante sí, sobre todo en el mercado norteamericano: desde las posibilidades que ofrecen los servicios *streaming* o las nuevas estrategias de las empresas de televisión por cable, hasta el uso de diferentes dispositivos para ver sus emisiones. En el segundo artículo, Mario Carlón elabora una reflexión sobre el debate del fin de la televisión, desde las perspectivas latinoamericanas (el consumo se despega de la oferta) y anglosajonas (la televisión está muriendo o entrando en una nueva fase). El tercer artículo, realizado por María Elena Meneses, ofrece una reflexión sobre las posibilidades de la relación entre televisión pública e Internet en México. Por último, Gabriel Torres nos muestra cómo será la televisión del futuro, destacando su carácter móvil (respecto a los dispositivos de visionado) y social (por la relación directa con las audiencias).

Educar desde las pantallas

Una segunda parte hace referencia a cómo educar a las audiencias a partir de propuestas de televisiones universitarias. Existen propuestas tanto teóricas como prácticas. Se intenta discutir cómo se puede educar desde las pantallas, siendo complemento eficaz de los modelos educativos actuales. En el primer artículo, Piscitelli reclama que existe hoy en día una televisión de calidad y que puede favorecer el desarrollo cultural: son los contenidos los que ‘ayudan’ a

BY NC ND

pensar y no el medio. El segundo artículo, realizado por Amozurrutia, propone la explicación del término cibercultur@, ampliando el término clásico e incorporando aspectos de retroalimentación positiva y una relación estrecha entre los conceptos: comunicación, información y conocimiento. El tercer artículo, de Delia Crovi, formula una interesante reflexión sobre la no disociación de las pantallas que nos rodean, ya que en realidad forman un continuo. El cuarto artículo, realizado por Sagástegui, nos ofrece un análisis sobre la mediación tecnológica como mecanismo educativo estructural. En el quinto artículo, Spiegel desarrolla un estudio de caso sobre la realización de docuficciones en el ámbito universitario con fines educativos. Y por último, Alberto García presenta una reflexión sobre la educación en las pantallas, centrándose en la televisión y en las nuevas oportunidades del mundo digital.

La participación con la audiencia

Y una tercera parte aborda el tema de la participación de la audiencia. El debate gira en torno a cómo facilitar la interlocución con los productores con el fin de mejorar el *feed-back* y mejorar los productos finales. Para ello, el mecanismo principal son las redes sociales, tanto por facilidad de uso como por rapidez y comodidad para las dos partes. Se aborda también el siempre interesante tema del periodismo ciudadano como ejemplo de relación directa entre medios y audiencia formando modelos mixtos comunicativos.

El primer artículo de este apartado está firmado por el coordinador del libro, Guillermo Orozco. Ofrece un debate crítico sobre la conectividad de las audiencias y sobre cómo este factor influye en la forma de relacionarse con la pantalla, en el que es uno de los mejores trabajos recogidos en este volumen. El segundo artículo, realizado por Aimeé Vega, muestra el análisis de la representación de las mujeres en el discurso de los medios de América Latina, tanto en su fabricación como en su consumo. En el tercer artículo, Redondo nos ofrece reflexiones sobre el uso de las nuevas tecnologías como medio para acercar la política y la burocracia a los ciudadanos. Y por último, Javier Darío nos muestra cómo Internet ha propiciado la creación de comunidades, a partir del debate entre las posturas de Castells y Graham.

Se trata de un volumen que recoge una serie de reflexiones e investigaciones sobre la relación presente y futura de la televisión, los nuevos medios e Internet. Estudiantes e investigadores de comunicación encontrarán en este libro una aproximación crítica de estos temas, sobre todo de la realidad de América Latina, zona en la que se centran la mayoría de los artículos. Un buen libro, con una cuidada edición, que ofrece como complemento una serie de recursos digitales a partir de un código al final del libro, para acceder a foros, apoyos didácticos y vídeos relacionados.

Fundación Telefónica
Telefónica