

INTRODUCCIÓN

LA TELEVISIÓN INTELIGENTE  
Y LOS CONTENIDOS TRANSMEDIA

*Miquel Francés, Germán Llorca y Àlvar Peris*  
Universitat de València

Hay quien aún llama al televisor la «caja tonta». Los detractores del medio televisivo, no sin motivos en muchas ocasiones, han argumentado la escasa calidad de los contenidos audiovisuales difundidos a través de él. Hace ya algunos años que la «la tele» lucha por su supervivencia que es, en última instancia, la del audiovisual en un sentido generoso. Este libro habla, precisamente, del proceso de transformación. Un proceso en el que se observa un cambio de paradigma que, con todo, permite albergar muchas esperanzas.

Es cierto que la televisión ha difundido mucha basura. Pero también lo es que ha sido el vehículo promotor de contenidos de elevada calidad. En los últimos tiempos, la irrupción (progresiva) de las tecnologías digitales de la comunicación ha sumergido en una profunda crisis a la empresa comunicativa y, por extensión, a la empresa televisiva. No obstante, ha supuesto igualmente la emancipación del talento, el auge de nuevas formas narrativas, la eclosión de formas de producir vanguardistas y un largo etcétera.

Por la propia naturaleza de los cambios estamos todavía en un espacio de indefinición. Porque la televisión de toda la vida no ha muerto, a pesar de las prisas de muchos por enterrarla. Y en estas circunstancias resulta difícil aventurar qué características concretas tendrá el audiovisual del futuro. Sin embargo y, al mismo tiempo, sí es posible observar las manifestaciones más llamativas del cambio, puesto que son las que acabarán definiéndolo en poco tiempo. El libro también habla de esto.

La incitativa se sitúa en el marco del debate sobre «La televisión inteligente y los contenidos transmedia» de las VII Jornadas en Contenidos para la Televisión Digital (CONTD) celebrado en la Universitat de València en mayo de 2014. El presente volumen continúa con las tareas de prospección, descripción y proyección iniciadas desde el nacimiento de estos encuentros.

Esta vez se le dedica un énfasis especial a las narraciones transmediáticas que copan el protagonismo en los universos televisivo y audiovisual, así como las consecuencias en su proceso de producción y la creatividad de estos nuevos contenidos audiovisuales.

El libro empieza con un prólogo a cargo de Andrés Armas, Director General de UTECA, en donde plantea que los operadores tradicionales de televisión se enfrentan a nuevas experiencias de consumo mediático, aunque el consumo tradicional de televisión se mantenga en convivencia con las nuevas formas de ver contenidos, sin que parezca que las ventanas abiertas por Internet y la telefonía móvil vayan a suponer la liquidación del *broadcasting*, tan eficiente en la transmisión a gran escala.

El primer apartado está dedicado al análisis del impacto en el modelo económico debido al proceso de convergencia. La implosión del patrón publicitario ha supuesto, entre otras muchas consecuencias, la aparición de nuevas fórmulas de financiación en las que las estructuras de producción convencionales han perdido protagonismo. Hablando aún en el espacio del mando a distancia, la televisión dispone de una nueva ventana desde la que asomarse. Una potente herramienta para contar y explicar, para la que deberá estar preparada en relación con los nuevos retos abiertos. Pere Vila (Director de Tecnología Innovación y Sistemas de RTVE) junto con Teresa Barceló y Gonzalo Fuentes (Universidad CEU San Pablo) reflexionan sobre las características del nuevo modelo televisivo, las posibilidades de la banda ancha, el concepto de televisión inteligente y de televisión conectada. Cambian no solo las posibilidades de difusión, sino también las asociadas al consumo. Cazar al espectador resultará cada vez más complicado si no se invierte en un modelo productivo que permita el retorno de la inversión. Por otra parte, Joan Enric Úbeda, de la Universitat de València, aborda el reto de la televisión conectada a Internet a partir de la definición de los conceptos *Smart TV*, *Internet Protocol Television* (IP TV) y *over-the-top television* (OTT) y sus implicaciones sobre la cadena de valor de la industria audiovisual, al tiempo que desarrolla un estudio cualitativo sobre la oferta de IP TV y plataformas OTT en España con la finalidad de realizar una taxonomía de este nuevo ecosistema digital audiovisual.

La publicación dedica también un capítulo a las narrativas y contenidos multiplataforma que se convierten en una de las claves para atraer nuevos espectadores-usuarios ante una nueva tipología de contenidos audiovisuales. Las posibilidades de interacción con el relato, la disponibilidad de acceso desde diferentes plataformas y la adaptación a un entorno flexible y cambiante dará forma a los nuevos contenidos audiovisuales. Arnau Gifreu, de la Universitat de Girona, así como Germán Llorca y Àlvar Peris, de la Universitat de Valèn-

cia, analizan en este apartado todas las claves de los relatos transmediáticos, así como su integración en nuevas estructuras narrativas más complejas.

El tercer apartado, aborda la problemática relacionada con la atomización de las audiencias. Internet está presente en nuestras vidas influyendo en los distintos aspectos de la cotidianeidad, creando nuevas formas de consumo audiovisual en convivencia con la televisión tradicional. Por otro lado, también se analizan los principales hitos de la producción audiovisual actual y sus estrategias ante el desarrollo de formatos para la diversidad de plataformas de la multidifusión digital, con especial atención a la creatividad colaborativa de los contenidos transmediáticos, diseñados a partir de estructuras narrativas que permiten la interacción del usuario y su fácil accesibilidad desde diferentes dispositivos. Ricardo Vaca, responsable de Barlovento Comunicación, y Miquel Francés, director del Taller d'Audiovisuals de la Universitat de València, son los encargados de profundizar sobre algunas de estas cuestiones.

Cierra esta publicación el epílogo de Pablo Romero, director de contenidos de Yomvi, quien alerta sobre el consumo de contenidos audiovisuales desde pantallas en nuevos dispositivos como un nuevo reto para la industria televisiva, que ya empieza a ser consciente de esta realidad y está trabajando para reconquistar el nuevo territorio de pantallas y dispositivos para prolongar su reinado en el siglo XXI.

Con todo, es posible que aún estemos a tiempo de hablar de una «caja lista» o, al menos, de una televisión inteligente en la que la creatividad, la calidad y la rentabilidad vayan de la mano. No cabe duda que la televisión conectada en el entorno transmedia es un reto que hoy preocupa al conjunto de la industria audiovisual, como productora de contenidos que encajen en el flujo de la nueva multidifusión digital.