
Editorial

Diferentes hechos y acontecimientos, algunos sociológicos, otros tecnológicos y otros educativos, están repercutiendo en la configuración de un nuevo tipo de espectador, que establece interacciones diferentes con el medio televisivo, a como las efectúa el espectador tradicional, que muestra una predisposición hacia formas distintas de interactuar con el medio, y que tienen interés hacia contenidos y géneros relacionados con la cultura, la formación y la educación. Es decir, un espectador que prefiere la segmentación y tematización de la televisión; y hacia la búsqueda de contenidos especializados. O dicho en otros términos un espectador que tiende a alejarse la "telebasura" y del entretenimiento vulgarizado y se acerca a una televisión de calidad.

Una de las conquistas sociales que ha ocurrido en los últimos tiempos, y que se ha ido potenciando en la sociedad del conocimiento, es la aparición del tiempo libre frente al tiempo laboral, y también de ampliación del mismo, tiempo libre que muchas personas lo destinan a su perfeccionamiento personal, cultural y social.

Esta aparición de un nuevo espectador va a repercutir en un consumo diferente del medio televisivo, consumo que se modificará en una triple dirección: la televisión ya no se consume de una única forma; no se consume en un único medio; y no se consume en el mismo momento.

Y este aumento del tiempo libre está teniendo repercusiones en cómo se acerca el espectador a la televisión y a sus diferentes géneros. Y en este último caso, los géneros culturales, divulgativos y educativos, empiezan a ganar terreno a otros, y a otras modalidades de televisión. Tales géneros están repercutiendo también en la creación de canales televisivos tematizados y series específicas que están teniendo cierto reconocimiento por los telespectadores, como "Canal Historia" o "Film & Arts", "Canal 44", "Canal 22", "TV UNAM" o "TV.US.ES". Al mismo tiempo esta tendencia en los espectadores podemos también observarla en como series centradas en la historia o en la cultura, van ganando importancia entre los espectadores, como son los casos del "El Ministerio del Tiempo", "Isabel", o "Vikingos".

Una de las variables que podría explicar esta situación nos la encontramos en la progresiva segmentación de las audiencias, que ya no son tan uniformes como en tiempos anteriores, sino que se diferencian, no solo por sus gustos y preferencias, sino también por sus niveles de formación, lo que determinan acercamientos y demandas diferentes hacia el medio televisivo, y por sus preferencias a la observación de los programas en medios específicos. Y lógicamente desde esta perspectiva, los contenidos adquieren un fuerte valor estratégico.

Pero desde nuestro punto de vista, ello pasa por una reinterpretación y replanteamiento de las funciones que tradicionalmente desempeña la televisión en la sociedad, propiciando una visión más humanística en la cual este medio sea comprendido como un recurso de formación y culturización del espectador y por ende de la persona, estamos hablando por tanto de un fortalecimiento de la concepción de la televisión como servicio público.

Por otra parte la digitalización de la señal ha influido para que la televisión pierda su relación con el soporte inicial, y para que la "televisión mueble" deje paso a la observación en diferentes

dispositivos, en lo que podríamos considerar como una "galaxia tranmedia", que desubican la recepción de sus mensajes de espacios concretos y hace que sus usuarios sean móviles.

Transformación tecnológica que repercute no solo en un nuevo tipo de consumo de televisión, sino también en la aparición de nuevos lenguajes y narrativas. Y lo que desde nuestro punto de vista es más importante la ruptura con un modelo pasivo de recepción de los programas, propiciando una selección de programas, una interacción diferente con los mismos al acceder a información complementaria y aclaratoria del contenido transmitido.

Esta transformación transmedia impulsada por el desarrollo tecnológico, que está permitiendo que el espectador del SXXI vea los programas televisivos decidiendo qué quiere ver, cómo y dónde desea hacerlo. No olvidemos, por una parte, que una de las tendencias es hacia ver las emisiones de televisión en una segunda pantalla, y que otra, es la dirección de la televisión hacia dejar de ser un medio de comunicación de masas y dirigirse hacia su observación como medio individual; es decir, a facilitar una verdadera apropiación de sus mensajes por parte de la audiencia.

Pero si la tecnología ha transformado el espacio de observación, las redes sociales están propiciando una nueva interacción entre el espectador y la televisión, donde el espectador puede participar en la configuración del texto de comunicación, repercutiendo en la transformación de la categorización que realizó McLuhan de la televisión como medio "frío". Desde esta perspectiva los mensajes emitidos se deben entender no como contenido recibido, sino más bien como contenido negociado, para que en este nuevo entorno comunicativo el contenido final, será el producto de la interacción contenido recibido, contenido cognitivamente elaborado, y contenido socialmente negociado.

Para finalizar no podemos olvidarnos que la red está marcando el ámbito de uso de la televisión, y su dirección también hacia contenidos culturales, científicos y educativos. En cierta medida podríamos decir que la conjunción de la red con la televisión, está propiciando el desarrollo de una televisión más social, y de la interacción y participación del ciudadano. Desde esta perspectiva podríamos hablar de un nuevo concepto que es el de la televisión 2.0; desde visión se potenciará la participación del ciudadano, propiciando cauces de participación y de gestión de la ciudadanía en la cultura. En cierta medida podríamos decir que la televisión ha dejado de ser un medio y se ha convertido en una plataforma de comunicación e interacción.

Julio Cabero Almenara

Director de *Píxel-Bit*, *Revista de Medios y Educación*