

Carta a nuestros lectores

Chasqui vuelve a dedicar el tema de portada a la enseñanza y formación de los comunicadores en la región. Los cambios son tan acelerados y permanentes, especialmente en aquellas áreas vinculadas con las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, que lo ocurrido ayer pierde actualidad ahora y mañana es reemplazado por una realidad totalmente distinta.

Esto es más evidente -por ejemplo- en las portadas de los diarios *on line*. Aquella portada que muy de madrugada abrió la jornada diaria cambia por completo al cierre de la misma, ya que las noticias que atrajeron la atención a la mañana, en la noche son reemplazadas por otras que -a veces- dan una versión totalmente contraria u orientan la atención a algo diferente.

Las coberturas de prensa, radio y televisión se ven suplantadas, corregidas o aumentadas, cada vez en mayor medida, por el celular, la *palm* y la *laptop*. El joven que se ve obligado a utilizar estos instrumentos por exigencias de su profesión o el nuevo ritmo tecnológico de nuestro tiempo, si desconoce su manejo, se ve forzado a ir a centros de educación especializados para recibir el entrenamiento que las universidades no le dieron oportunamente, a fin de evitar el fracaso que su ignorancia le hace temer.

Igual cosa ocurre con herramientas como el correo electrónico, la bitácora o *blog*, la *web*, el *chateo*, la teleconferencia y todo el resto de novedades a las que el mundo moderno nos tiene acostumbrados.

Así es ahora la comunicación y quienes se están preparando para desarrollarla en las próximas décadas no pueden seguir siendo objeto de experimentos educativos erráticos o, peor todavía, de una enseñanza anticuada que no se atreve a cambiar por ignorancia o falta de capacidad innovativa.

Chasqui se ha empeñado siempre en colaborar a la mejor formación de los futuros comunicadores con ideas frescas y de punta. En este número recogemos experiencias que se mantienen en esta tradición y que, esperamos, sirvan para estimular la reflexión y el cambio.

En la columna de opinión, Ángel Rodríguez Kauth pasa revista al fenómeno de la muerte que la pantalla chica gusta explorar, cayendo, en ocasiones, en actitudes morbosas que el espectador rechaza con disgusto.

Abordamos también el tema de la convergencia periodística, que comienza a ser decantada por la crítica y a situarse en un lugar más modesto que antaño. Continuando con la cobertura del debate que precedió en México a la aprobación de un conjunto de reformas a las leyes federales de telecomunicaciones, radio y televisión, hoy completamos ese estudio con las reacciones de la sociedad mexicana al conjunto de esas reformas que han sido aprobadas por el Congreso.

Dedicamos parte de nuestro espacio al análisis y comprensión del fenómeno de los *video clips*, cuyo impacto en la juventud es por muy pocos comprendido.

Nos adentramos también en el estudio de la amenaza que ronda a la televisión ante el inminente cambio de lo analógico por lo digital.

Para los amantes del cine destacamos la relativa notoriedad que, por primera ocasión, han logrado España y América Latina en el reparto de los premios Óscar.

Finalmente, tratamos sobre los procesos para lograr una efectiva comunicación organizacional en las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, e informamos sobre las novedades en la interrelación persona-computador.

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

N° 94 Junio 2006

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante Lolo Echeverría

Héctor Espín Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco R.

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,

Universidad Central del Ecuador

Francisco Carrión,

Ministerio de Relaciones Exteriores

Raúl Vallejo,

Ministerio de Educación y Cultura

Héctor Chávez,

Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Saguier,

Organización de los Estados Americanos

Andrew Radolf,

Consejo Regional de la UNESCO

Héctor Espín,

Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno,

Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Edgar Jaramillo,

Director General del Ciespal,

FENAPE

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas

de Comunicación y Cultura

<http://www.felafacs.org/rederevistas>

y de la

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe

en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Tel.: (593-2) 2506149 - 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.chasqui.comunica.org

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.

CONTENIDO

Portada

4 | Planes de estudios de comunicación en América Latina

Tatiana Hernández, Xose Pereira Fariñas y Xose López García

4



14 | Posgrados de Comunicación en América Latina, un debate pendiente

Óscar Bustamante

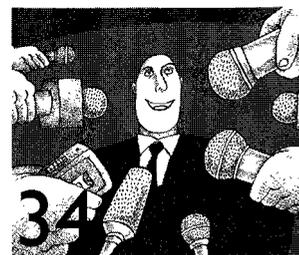
24 | Aprendizaje digital en los estudiantes de Comunicación

Antonio Manfredi

Opinión

30 | Morir en la televisión: dos alternativas políticas de la crueldad actual

Ángel Rodríguez Kauth



Ensayos

34 | Desmitificando la convergencia periodística

José García Avilés

40 | La ley *Televisa* de México

Felipe Gaytán, Juliana Fregoso

Televisión

46 | El video clip en constante renovación

Tracy Mena Young y Adolfo Veiga Sixto



52 | El “apagón analógico” y la consolidación de lo digital

Marta Roel

Cine

60 | Oscar 2006: Una tradición que se rompe

María Helena Barrera

60



Comunicación Organizacional

66 | La comunicación en las fuerzas de seguridad del Estado

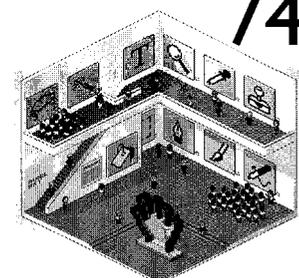
María de las Mercedes Cancelo San Martín

Dudas y Rupturas

72 | El regreso del andrógino

Juan Manuel Rodríguez

74



Informática

74 | Byte y pixel: Interacción persona-computador

Francisco Ficarra

82 | Periscopio Tecnológico

86 | Bibliografía sobre Comunicación

92 | Actividades del CIESPAL



El reto de la televisión

El “apagón analógico” y la consolidación de lo digital



■
Marta Roel

La Comisión Europea ha establecido el año 2012 como fecha límite para el apagón analógico (*switch-off*). En ese momento desaparecerán en los países de la Unión Europea (UE) las emisiones de la televisión analógica convencional para apostar, exclusivamente, por las emisiones en tecnología digital.

Sin embargo, algunos países europeos han apostado por adelantar el *switch-off*. Así, Italia afronta el reto en el presente año 2006 (aunque parece difícil que lo vaya a conseguir); Finlandia, en 2007; Suecia, en 2008 y España, Francia, Portugal, Bélgica, Irlanda y Grecia prevén afrontarlo en 2010. Reino Unido ha marcado 2012, si bien hay que decir que se trata, posiblemente, del mercado de televisión digital más avanzado de Europa, pues las emisiones di-

■ **Marta Roel**, española, periodista y Doctora en Ciencias de la Información, profesora de Políticas y Estrategias de programación audiovisual y miembro del equipo de dirección de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual (Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación) en la Universidad Católica de Murcia (España)

■ Correo-e: mroel@pdi.ucam.edu

giales ya han alcanzado una cuota de mercado del 57 por ciento; aproximadamente el 16 por ciento de los hogares británicos disfruta ya de Televisión Digital Terrestre (TDT) y el 74 por ciento se encuentra en zonas de cobertura, por lo que podría acceder si quisiera.

Hasta entonces, se ha abierto una etapa de transición en la que la digitalización se está introduciendo progresivamente en nuestros hogares y debe coexistir con la tecnología analógica. La migración a la tecnología digital no es una opción, es un imperativo, es inevitable.

En Europa se ha optado por el estándar desarrollado en el seno del foro *Digital Video Broadcasting (DVB)*, que representa a las principales empresas europeas del sector. Sin embargo, en el contexto mundial, este estándar no es el único que se ha desarrollado.

El caso de España

En estos momentos, en España -al igual que en el resto de miembros de la UE- ha comenzado la cuenta atrás para generalizar el *switch-off*.

Una vez consolidada la televisión digital a través del satélite y del cable en la década de los noventa, y la progresiva expansión, desde 2002, de la

Se ha abierto una etapa de transición en donde la digitalización se está introduciendo progresivamente en nuestros hogares



Lo inmediato es implantar y generalizar la televisión digital terrestre

televisión digital a través de la línea telefónica ADSL (*Asimetric Digital Subscriber Line*) con el proyecto *Imagenio*, ahora lo inmediato es implantar y generalizar la Televisión Digital Terrestre (TDT), cuya difusión se realiza a través de ondas terrestres o hertzianas, de ahí su denominación.

Esto repercutirá de una manera sustancial, especialmente, en aquellos países en que la difusión de la televisión a través de ondas hertzianas haya sido a lo largo de su historia su principal forma de captación de la televisión. Este es el caso de España, donde afecta al 96 por ciento de la población y de los países del Sur de Europa. En estos países, la TDT permitirá el acceso universal a la televisión y a las ventajas propias de esta tecnología. Por el contrario, en Alemania, en los Países Escandinavos o en los Países Bajos, la mayor parte de la población sintoniza la televisión a través de cable o satélite.

En España, la TDT ha sido declarada servicio público esencial, al igual que su predecesora la televisión analógica, de ahí que este sistema esté sometido al régimen de concesión.

El 29 de julio de 2005, el Consejo de Ministros, presidido por el socialista José Luis Rodríguez Zapatero, dio el visto bueno al último Plan Nacional de TDT. El 25 de noviembre de ese mismo año se aprobó el reparto de canales (programas) de cobertura estatal y de acceso gratuito: cinco para la cadena pública estatal Radiotelevisión Española, tres para Antena 3 Televisión (Grupo Planeta, José Manuel

de Lara), tres para Telecinco (Mediaset, Silvio Berlusconi), otros tres programas para Sogecable (Prisa, Jesús de Polanco), dos para Veo TV (Recoletos, Unedisa-Diario El Mundo) y otros dos para Net TV (Vocento).

El 30 de noviembre comienzan las emisiones en TDT de estos 18 canales. Esta oferta se verá incrementada en dos más -La Sexta (Globomedia-Emilio Aragón)- en la primavera de 2006.

A nivel autonómico y local existen más canales en TDT y en los próximos meses se completará la oferta, pero corresponde a los gobiernos autonómicos su adjudicación. Recordemos que son 17 las comunidades autónomas que constituyen el Estado español.

Los Estados Unidos apuestan por la tecnología digital

En 1996, la FCC (*Federal Communications Comision*) adoptó el estándar de televisión digital ATSC (*Advanced Television Systems Committee*) y estableció plazos de implantación para esta tecnología. Las emisiones en TDT se iniciaron en 1999.

En los Estados Unidos el apagón analógico está previsto para diciembre de 2006, o cuando el 85 por ciento de su población esté en condiciones de recibir la señal de TDT.

Por el momento, su implantación es escasa debido a la peculiar configuración del mercado estadounidense; debemos mencionar la gran penetración del cable o a la escasa disponibilidad de equipos de recepción en el mercado y los elevados costes de los equipos de producción y transmisión.

Los Estados Unidos pretende liderar la revolución digital con el apoyo de la Administración y la industria audiovisual y electrónica. Por el momento, la tecnología estrella es la Alta Definición (HDTV o SDTV). Se prioriza, por tanto, la mayor calidad de imagen y sonido antes que la posibilidad de multiplicar la oferta de canales.

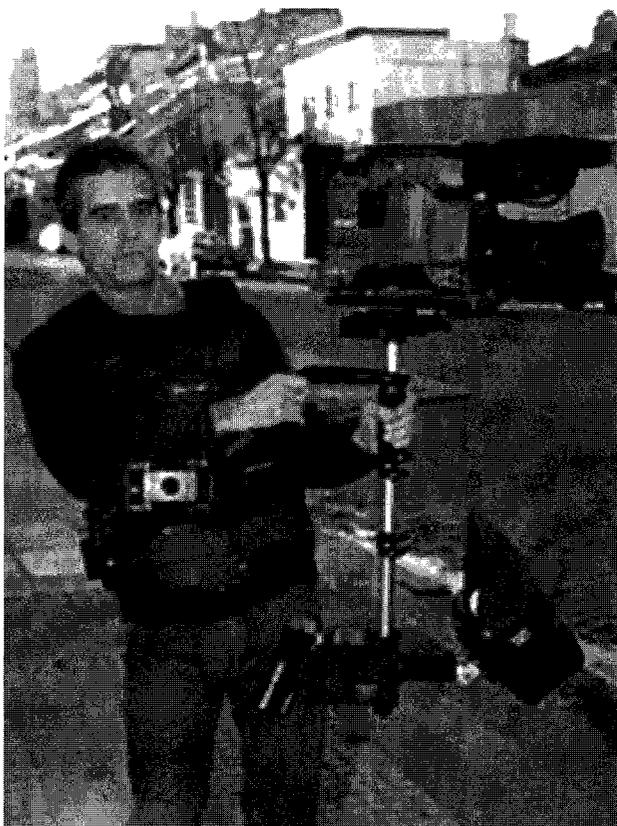
Proyectos de digitalización en América Latina

En el conjunto de América Latina, la TDT es -por el momento- un proyecto más que una realidad, ya que aún no se han establecido plazos de migración a la tecnología digital. Debemos mencionar

la situación singular de los países más ricos del subcontinente americano, como Brasil, Argentina o México, donde se han iniciado emisiones experimentales.

Estos países parecen inclinados por la opción del estándar ATSC estadounidense. Si bien, solo las cadenas mexicanas Televisa y TV UNAM y la argentina Artear, del Grupo Clarín, son miembros activos del ATSC.





Nuevas formas de captar la realidad para llevarla al televidente

Se hace preciso estar atentos al perfeccionamiento de los estándares existentes, especialmente del estadounidense y del DVB europeo.

Los demás países latinoamericanos aún no han decidido nada respecto a la TDT.

Se espera que América Latina sea importadora de esta tecnología, de ahí que la evolución de precios de los equipos de producción, emisión y recepción constituya un condicionante importante en la implantación de la TDT.

Fundamentos de la tecnología digital

La tecnología digital es un moderno sistema tecnológico que se utiliza para transmitir imagen, sonido, servicios interactivos o servicios de acceso a la Sociedad de la Información.

La **digitalización** permite que todo tipo de datos (textos alfanuméricos, gráficos, fotos, sonidos o

imágenes en movimiento) necesarios para la prestación de distintos servicios, tales como televisión, radio, teléfono, transmisión de datos o servicios *on-line*, se transformen en *bits*, unidades básicas de información.

De este modo, cualquier tipo de información se cuantifica y se codifica. Y esta señal codificada es la que se transmite.

Esta homogeneidad técnica es el fundamento del **multimedia**, que posibilita la utilización de una misma unidad básica de información, lo que hace posible su almacenamiento en soportes comunes. Asimismo, se facilita el tratamiento de la información, su compresión y su rápida transmisión a través de distintos tipos de redes (ondas terrestres, satélite, cable de televisión, cable telefónico).

Todo ello permite hacer realidad las distintas modalidades de convergencia: la convergencia de contenidos (sonido, imagen y datos), la convergencia de plataformas (ordenador, televisor, equipo de Internet y videojuegos) o bien, la convergencia de canales de distribución.

Hoy por hoy, la introducción de la tecnología digital ha supuesto una revolución en diversas áreas. Es el caso de la informática, Internet, la telefonía digital, el GPS que se está generalizando en nuestros coches, el vídeo y el audio digital o la fotografía digital. Todo ello ya forma parte de nuestro entorno inmediato.

En América Latina, la Televisión Digital Terrestre es un proyecto más que una realidad



La televisión digital solo necesita un tercio o mitad del espectro radioeléctrico

En lo que se refiere a la televisión, es preciso mencionar que la digitalización de la señal televisiva afectó en primer lugar a las retransmisiones por satélite, posteriormente a las retransmisiones a través de cable y, actualmente, a las retransmisiones a través de ondas terrestres.

La televisión digital solo necesita un tercio o la mitad del espectro radioeléctrico que utiliza la televisión analógica, de ahí que su implantación suponga una motivación añadida para los gobiernos, ya que permitirá liberar recursos del espectro para apostar simultáneamente por otras aplicaciones.

Hacia la consolidación de la TDT

Para disfrutar plenamente de la TDT es preciso disponer de un Televisor Digital Integrado (TVDI). El parque de receptores de televisión deberá ir modernizándose progresivamente. La tendencia es generalizar en nuestros hogares el uso del Televisor Digital Integrado, especialmente cuando culmine el *apagón analógico*. El TVDI incorpora en su interior el receptor digital. Por el momento aún son caros y escasos. Su generalización requiere precios asequibles y competitivos. Se abren, por tanto, nuevas oportunidades de negocio a la industria tecnológica.

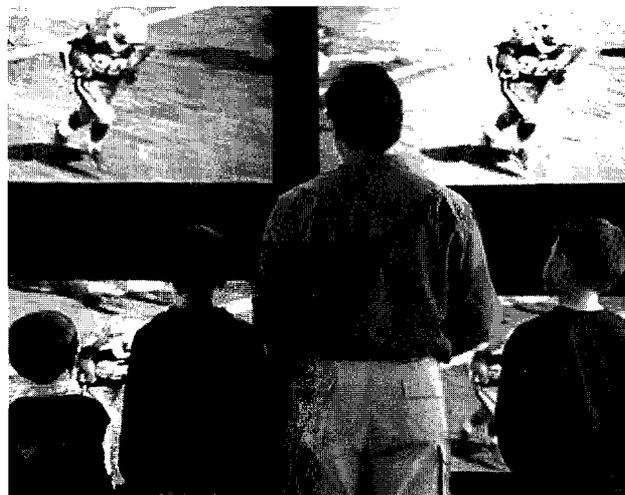
Sin embargo, no es imprescindible disponer de un TVDI para recibir las emisiones en TDT. Si bien estos receptores nos permiten disponer de todas las potencialidades de esta nueva tecnología.

En esta etapa de transición anterior al *apagón analógico*, se está optando por una solución intermedia que posibilita seguir utilizando nuestros televisores analógicos: la conexión de un decodificador digital.

El **decodificador digital** es un receptor externo o *Set Top Box* (STB), del tamaño de un vídeo que se conecta al receptor analógico convencional (entre la toma de antena y el televisor). El decodificador recoge la señal digital y la convierte en analógica.

Su precio de venta en España se sitúa entre 50 y 250 euros, aunque existen otros receptores más sofisticados que cuentan con disco duro y permiten grabar programas sin utilizar cintas ni discos. Se encuentra en el mercado a partir de 400 euros. En España ya se han vendido alrededor de medio millón de decodificadores.

Además, para recibir las emisiones de la TDT es preciso **adaptar la antena** de la que disponemos en nuestros hogares (ya sea individual o comunitaria). En España requiere una inversión de unos 1.000 euros.



Se rompe la unidireccionalidad tradicional de la comunicación por televisión

En esta etapa de transición, anterior al apagón analógico, se está optando por la conexión de un decodificador digital

Ventajas que ofrece la TDT

• Mayor calidad de imagen y sonido

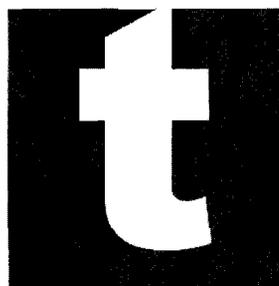
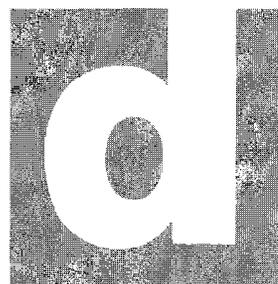
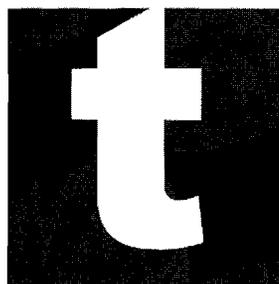
Estamos ante el cine en casa, pero a través de la antena. Se trata de una televisión sin ruidos ni interferencias. Ofrecerá más contenidos en formato panorámico (16/9). Su sonido es semejante al de un *compact disc*. Se apuesta por el sonido envolvente y por la posibilidad de ofrecer subtítulos en diversos idiomas. Además, el telespectador potencial puede elegir en qué idioma desea sintonizar el audio de los contenidos televisivos.

• Servicios de valor añadido

Se incorporan: el teletexto digital, los servicios interactivos, el pago por visión (pay per view), las guías de programación electrónica (EPG, Electronic Program Guide), posibilidad de información adicional sobre los contenidos televisivos, acceso a Internet a través del televisor, chats... Estamos ante la televisión mejorada (Enhanced TV). El televisor pasa a convertirse en un terminal multimedia.

• Interactividad

Se rompe con la unidireccionalidad tradicional de la comunicación a través del medio televisivo. La TDT requiere establecer un canal de retorno, que puede ser el teléfono o una conexión ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line* o Línea de abonado Digital Asimétrica). Es una modalidad de la familia xDSL). Si bien, las máximas potencialidades de interactividad parecen reservadas al cable. Se abre un nuevo panorama para la participación ciudadana, las votaciones o las consultas públicas, el comercio electrónico, etc.



televisión
digital
terrestre

• Optimización del ancho de banda

Mayor número de canales de televisión disponibles, tanto en abierto como de pago. En el mismo espacio que ocupa el canal analógico se pueden ver, al menos, cuatro canales (programas, en terminología digital) digitales.

Estamos ante la multiplicación y especialización creciente de la oferta, la segmentación paralela de los consumidores. En este periodo de transición hacia el *apagón analógico*, se ha abierto una etapa de coexistencia de modelos de gestión de contenidos para televisión. La televisión digital por satélite, por cable y la TDT han contribuido a ello. En la actualidad, el modelo generalista (Broadcasting), con una oferta de contenidos dirigidos a la inmensa mayoría, convive con el temático (Narrowcasting) que incluye contenidos especializados en función de *targets* (público objetivo), formatos o temáticas concretas. Del mismo modo que el entorno televisivo monocanal coexiste con el multicanal.



Estamos ante un nuevo paradigma de la comunicación

• PVR (Personal Video Recorder)

Permite la grabación de programas en el disco duro del receptor de televisión. Asimismo, existen aparatos externos que posibilitan realizar esta función en su disco duro.

La implantación de los nuevos terminales irá abriendo paso a un nuevo modelo de gestión de contenidos que, desde el punto de vista del telespectador, permitirá la **autoprogramación**. Estamos ante el telespectador activo, el telespectador selectivo, capaz de seleccionar los contenidos que desea y de adecuarlos a sus dinámicas de vida, a través de un uso más racional. De este modo, se consolidará el concepto de **canal virtual** ya que cada usuario podrá ensamblar su oferta personalizada.

Ello nos lleva a pensar en la necesidad de redefinir las funciones del profesional dedicado a diseñar estratégicamente las parrillas de programación de las cadenas de televisión tradicionales.

La audiencia deja de ser masa y el emisor pasa a comunicarse unitariamente con sus públicos

• **Contenidos: sector estratégico**

En este contexto de incremento progresivo de la oferta se vislumbra un florecimiento de los modelos de negocio vinculados a la producción de contenidos para televisión, al diseño de aplicaciones interactivas o a los servicios de valor añadido.

Es preciso detectar cuáles son los contenidos estratégicos por los que los usuarios estarían dispuestos a pagar.

• **Recepción portátil y móvil**

La TDT nos permite sintonizar sus emisiones, por ejemplo, mientras realizamos viajes, o nos encontramos en cualquier lugar del exterior (playa, campo,...) con solo disponer de una pequeña antena. El condicionante es encontrarse en zona de cobertura.



El emisor ofrece a los usuarios un listado de contenidos

• **Video Bajo Demanda (Video On Demand -VOD)**

El emisor ofrece a los usuarios potenciales un listado de contenidos, de libre acceso o de pago, de modo que cada usuario puede seleccionar lo que le interesa y configurar su propia parrilla de programación. El Video Bajo Demanda ofrece grandes oportunidades, no solo en el ámbito televisivo sino también en el de la teleformación.

A modo de conclusión

La televisión digital no es simplemente un novedoso sistema tecnológico que se generalizará progresivamente con sus múltiples potencialidades. Estamos ante un nuevo paradigma de comunicación, que apuesta por el consumo individualizado y selectivo, semejante al que realizamos cuando navegamos a través de Internet. En este contexto, la audiencia deja de ser masa y el emisor pasa a comunicarse unitariamente con sus públicos.

En el escenario digital, los contenidos constituyen un sector estratégico. Es preciso reflexionar y abrir nuevas líneas de investigación que ofrezcan las claves por las que deberá apostar el sector en los próximos años. ●

Para saber más

<http://www.televisiandigital.es/>

<http://www.digitag.org/>

<http://www.portalcomunicacion.com/>

<http://www.tvdi.net/>

<http://www.audiovisualcat.net/investigacion/tdt-cast.pdf>