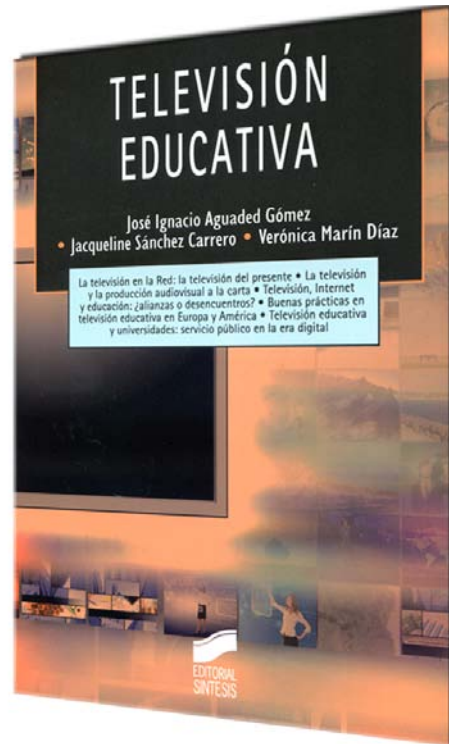


LIBROS

Rosario Medina-Salguero ▼

La televisión es uno de los medios de comunicación más aceptados en los hogares desde hace ya mucho tiempo. En la última década, con la revolución tecnológica y la irrupción de Internet se ha transformado la concepción clásica de los medios, el papel de éstos en la sociedad y los hábitos de los consumidores; por lo que podemos referirnos, según los autores de este libro, a una nueva generación mediática. Apuntan que la televisión digital interactiva es ya la televisión del presente, pues la convergencia tecnológica entre televisión digital e Internet es ya un hecho en muchos hogares, que han ido introduciendo la red de redes en sus hábitos mediáticos diarios, lo que ha supuesto la diversificación de la oferta y la fragmentación de la audiencia. Además, destacan que la televisión no ha escapado a estas nuevas tendencias y se adentran en una aproximación a esta nueva realidad televisiva para conocerla más de cerca, comprenderla y saberla interpretar como buenos telespectadores. Para ello, en el primer capítulo se centran en la televisión digital interactiva como la televisión del presente, es decir, exponen una nueva forma de entender este medio que ha sido en los últimos años el «rey mediático» en todos los hogares españoles por su impacto, niveles de consumo y autorreferencia social. Asimismo, abordan la convergencia tecnológica entre la televisión digital e Internet, los mitos y realidades de la interactividad en la televisión digital, los hábitos de consumo de la población y, a modo de interrogante, se plantea el tema de la gratuidad de estos servicios televisivos. En el segundo capítulo se adentran en la televisión digital y la producción audiovisual a la carta, con todo lo que ha supuesto de diversificación de la oferta y fragmentación de la audiencia, y por tanto generando una nueva conceptualización del medio.

También reflexionan sobre un tema recurrente desde siempre pero que en estos momentos toma más fuerza y vigor: la calidad de la televisión en Internet, y se complementa con el análisis de los otros géneros clásicos de la televisión como son el entretenimiento y la publicidad. El mundo educativo ocupa el tercer capítulo. En él se plantea la necesidad de fomentar los contenidos educativos interactivos en estas nuevas plataformas digitales, mucho más interactivas y participativas. Además se incluyen algunas consideraciones sobre los entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje, así como las herramientas para el «e-learning», y concluyen con una reflexión sobre las redes sociales y su potencial educativo y las herramientas de la web 2.0. En el cuarto capítulo, los autores se sumergen en las buenas prácticas de la televisión educativa exponiendo el panorama actual en Europa y América y realizando un somero análisis de algunas experiencias significativas. Y el quinto y último capítulo, a modo de epílogo, analiza el rol de la televisión educativa y las universidades, desde la perspectiva del servicio público que han de prestar en la era digital. Tras la presentación y referencia realizada sobre el contenido del texto que reseñamos, es evidente la necesidad de fomentar contenidos educativos interactivos en las nuevas plataformas digitales, mucho más interactivas y participativas con entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje. Por ello, esta guía es de gran utilidad tanto para profesores, educadores, comunicadores, periodistas como para todas aquellas personas interesadas en la revolución mediática que estamos viviendo, muy condicionada por Internet y por la televisión, como bien sugieren los creadores de la obra.



Televisión educativa; J. Ignacio Aguaded, Jacqueline Sánchez y Verónica Marín; Madrid, Síntesis, 2012; 180 páginas