

Contenidos transmedia para la radiotelevisión de proximidad

Transmedia contents for proximity radio-television

Fechas | En edición: 29/04/2020 - Publicación final: 01/07/2020

Dr. Pablo VIZCAÍNO-ALCANTUD

Universidad de Alicante. España. pablo.vizcaino@ua.es

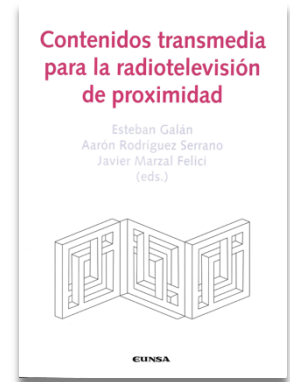
Contenidos transmedia para la radiotelevisión de proximidad

E. Galán; A. RODRÍGUEZ-SERRANO; J. MARZAL-FELICI.

Pamplona: EUNSA, 2018.

373 páginas

ISBN: 978-84-313-3287-7



Resumen

La obra reseñada ofrece un análisis pionero al respecto del paradigma transmedia y su aplicación en ámbitos de proximidad, centrados en la radio y televisión como principales continentes. El recorrido muestra un escenario teórico que se hace comprensible a través de heterogéneos ejemplos de corte nacional. Los distintos análisis que se desligan del texto, a modo conclusivo, indican que el escenario es viable y esperanzador, pero que a su vez, todavía queda camino por recorrer para que lo transmedia sea una opción real en el ámbito profesional.

Palabras clave

Contenidos; radio; televisión; transmedia

Abstract

The reviewed book offers a pioneering analysis of the transmedia paradigm and its application in proximity areas, focused on radio and television as main continents. The book shows a theoretical scenario that becomes understandable through heterogeneous examples in a national scale. The different analysis indicate, conclusively, that the scenario is viable and hopeful, but there is still a way to go so that the transmedia is a real option in the professional field.

Keywords

Contents; radio; television; transmedia

Da la impresión que desde que Jenkins capitalizara el concepto de convergencia mediática con 'Convergence culture: where old and new media collide' en 2006 y Scolari lo democratizara con la publicación de 'Narrativas transmedia' en 2013, la transfronterización e hibridación entre medios es una de las grandes constantes en el ámbito de las ciencias sociales y la comunicación. Si uno se atañe únicamente a los titulares que ofrecen las cabeceras especializadas y no profundiza en el ámbito académico, parece que la aplicabilidad de la lógica transmediática, tan cercana a territorios como el entretenimiento y la comunicación persuasiva, queda únicamente supeditada al espectro digital y a escalas prohibitivas a nivel económico. Y es esta otra constante que parece imperar, cual baja neblina, en el ámbito profesional; una bruma que 'Contenidos transmedia para la radiotelevisión de proximidad' disipa, aclarando el escenario práctico a través del rigor teórico aportado por sus editores, Esteban Galán, Aarón Rodríguez-Serrano y Javier Marzal-Felici.

El libro, a modo de compendio de artículos y editado por EUNSA, pone el foco en experiencias transmediales desarrolladas principalmente en el ámbito nacional y haciendo hincapié en la Comunidad Valenciana. Ofrece, en base a las mismas, una perspectiva diferente sobre este hito teórico que abandera un cambio profundo a la hora de entender la génesis y diseminación de contenidos en medios de comunicación. Además, como lectores, nos lleva a un escenario pragmático y útil, sin abandonar la precisión académica de los distintos autores que firman. El texto se estructura en cuatro bloques temáticos, a saber: comunicación y periodismo, transmedia y televisión, experiencias y proyectos transmedia, y radio transmedia. Expertise, buenas prácticas y perspectivas de futuro, *grosso modo*, copan las páginas de un manuscrito completo que aúna de manera inteligente conocimiento y praxis. Un manifiesto coral que arranca con una reflexión clara sobre cómo entender la obra, a efectos de contexto:

Hemos dado a llamar líquida a nuestra sociedad, cuando en realidad deberíamos reflexionar si ese estado no es el propio de cualquier transformación. Nuestro cambio de paradigma se caracteriza por la sustitución del acto de comunicar por el acto de estar conectados (2018: 13).

Este juicio de valor sobre cómo vira la idea de sociedad líquida establece un marco para dar sentido al verdadero foco del libro: el concepto de comunicación transmedia aplicada a los medios televisivos y radiofónicos del entorno inmediato. Un concepto que los autores definen como "un plan o estrategia de comunicación integral que busca establecer una relación transparente y de confianza con su comunidad" (2018: 14). Es este un escenario que obliga, pues, a reformular las bases operativas de las radiotelevisión de proximidad en el territorio nacional, como salvoconducto para actualizar su *modus operandi*.

En el primer bloque de la obra se efectúa un mapeo teórico sobre las relaciones entre periodismo y espectro transmedia. Pérez-Tornero y Calvo-Rubio, en sus artículos, establecen los límites teóricos sobre la génesis del paradigma transmedial y sus declinaciones conceptuales, tanto directas como complementarias: multimedia, multiplataforma, crossmedia y transmedia. La situación en la Comunidad Valenciana, a través de sus asociaciones profesionales de comunicación cierra el bloque. El artículo, firmado por Torner-Ventura, desarrolla una investigación a través de entrevistas cerradas a los directivos de AdComunica, ComunitAD, Colegio de Publicitarios y RR.PP. y Dircom, ofreciendo el resultado del trabajo una perspectiva poco alagüeña de la perspectiva transmedia en la Comunidad Valenciana, con la ausencia de planes estratégicos transmediales a largo plazo. Una conclusión que salpica a otras áreas operativas de dichas instituciones, como el asociacionismo entre sí, la colaboración y la formación. Una situación que lastra el avance del sector, al menos desde la óptica de sus agregadores corporativos más visibles.

El segundo cuartil temático del libro, centrado en la relación entre transmedialidad y televisión, presenta una serie de experiencias e investigaciones prácticas a distinta escala geográfica; el paso de la BBC británica, en el artículo que desarrolla López-Olano, da pie a casos nacionales, como los análisis de la EITB, CCMA, CGRTV y RTVA (escrito por Aruzmendi y Muñoz) o el planteado por Monedero-Morales al respecto de la televisión andaluza de proximidad. Completan el bloque cuatro artículos que diseccionan la realidad de la televisión pública valenciana, tanto en enfoque institucional como en su desarrollo hacia À Punt Media. Se describe aquí el proceso de cambio, crisis y reformulación vivido desde RTVV hasta la citada À Punt, a través de distintos análisis y propuestas que van desde una cartografía de anunciantes tipo hasta el diseño de escenario transmedial para la entidad.

Encontramos en el tercer bloque un compendio de experiencias heterogéneas que dan buena cuenta de cómo se pueden gestar y conseguir logros estratégicos bajo el paradigma transmedia en un entorno de proximidad regional, a saber: #PaellaEmoji, Tirabirak/Tiras que aflojan, Plot 28 y Cabanyal Z. Iniciativas que capitalizan este ámbito de aplicación, a modo de ejemplos paradigmáticos en sus distintas categorías y escalas geográficas. Estos ejemplos son de suma importancia, aunando el éxito conseguido

y un análisis pormenorizado que ayuda a entender cómo se pergeñaron, desarrollaron y capitalizaron estas experiencias transmedia.

Esta sensación de trabajo bien hecho nos acompaña en el último bloque de la obra, con el artículo de Terol-Bolinches sobre cómo puede aplicarse todo lo anterior en el ámbito radiofónico local. Es este un bloque interesante, donde encontramos un repaso diacrónico y contextual sobre la transición de la radio como medio convencional tipo hacia sus nuevos escenarios donde el podcasting, los ámbitos multiplataforma y lo transmedia emergen y se cristalizan (investigación firmada por Pedrero-Esteban y Pérez-Alaejos). Así mismo, a caballo entre el ámbito teórico y práctico, García-González ofrece un artículo muy completo que sirve para dotar de contenido el continente radio gracias al desarrollo de la narrativa y el relato radiofónico.

El libro, en definitiva, ofrece un crisol de experiencias a distintas escalas que ayudan a entender que el paradigma transmedia no es únicamente un ente teórico, sin más implicación o desarrollo. Este ejercicio coral, donde cada autor aporta su propia visión y sentido, complementa un punto de partida que, en un principio, podríamos considerar como endeble; la definición de comunicación transmedia ofrecida en sus primeras páginas puede llegar a generar dudas, o al menos cierto debate, si la cotejamos con lo que propugna la comunidad académica, *grosso modo*. En cualquier caso, este espectro teórico sigue cristalizándose de la mano de la técnica y vive, todavía, en un estadio donde sigue tomando forma y definiéndose, al respecto de lo que es transmedia, de sus implicaciones y su, de verdad, aporte de valor al acumulado de cada medio. Una obra necesaria en el ámbito más próximo, que muestra la aplicación real de algo que parecía reservado para grandes inversiones económicas y tecnológicas, en un entorno muy cercano. Una lectura que trascenderá con el paso del tiempo al sentar las bases para que cualquiera que tenga la necesidad de emitir un mensaje pueda acceder a las claves teóricas y prácticas para que lo transmedia actúe como catalizador de dicha comunicación.

