



Extracto de la revista **aca-**  
**demiatv** del número 113  
(págs. 42 - 45) correspon-  
diente al artículo “**Las**  
**televisiones buscan su**  
**modelo web**”



TELEVISIÓN E INTERNET

# LAS TELEVISIONES BUSCAN SU MODELO WEB

POR BLANCA GONZÁLEZ

EN PLENO AUGE DE LAS REDES SOCIALES, LA INTERACTIVIDAD Y LA CREACIÓN DE CONTENIDOS POR PARTE DE LOS PROPIOS USUARIOS, LAS TELEVISIONES INNOVAN PARA FIDELIZAR A SU AUDIENCIA A TRAVÉS DE LA WEB. CAMBIAN LOS HÁBITOS DE CONSUMO Y TAMBIÉN MODIFICAN LAS RUTINAS DEL OFICIO DEL PERIODISTA. PARA DAR RESPUESTA A ESTA NUEVA REALIDAD TECNOLÓGICA, ASCIENDEN EN EL MERCADO EMPRESAS DEDICADAS AL DESARROLLO DE SOFTWARE PARA EL MUNDO AUDIOVISUAL, QUE PERMITEN AL ESPECTADOR DISECCIONAR CONTENIDOS, HACER BÚSQUEDAS SELECTIVAS, COMENTAR O SER EL PROTAGONISTA DE UNA SECCIÓN.

Las televisiones han encontrado en la web una espléndida vía para potenciar la relación con el espectador ofreciéndole nuevos servicios como televisión en directo, programas exclusivos sólo para Internet o la interacción con el usuario a través de las redes sociales, entre otras cosas.

Para gestionar los nuevos contenidos y dar el salto definitivo a la digitalización y a los servicios multimedia nacen empresas dedicadas a diseñar *software* específico. Es el caso de Communi TV, que nació hace seis años con el objetivo de ofrecer soluciones tecnológicas orientadas al consumo digital.

Esta empresa vende un *software* de servicios, basado en un conjunto de herramientas que tratan de ayudar a todo el personal del medio de comunicación a, por un lado, generar y gestionar los contenidos más tradicionales y por otro, a transformar los contenidos a formatos digitales.

Lo que demandan las televisiones de este *software* de servicios es que sea eficiente. Que sea capaz de generar audiencia y nuevos negocios, y que gracias a él, las diferentes cadenas puedan tener un modelo sostenible de publicidad. Según su director, Hernán Scapusio: "lo que más nos piden es tener agilidad y mantener una buena relación con la audiencia".



DIFERENTES APLICACIONES DEL SOFTWARE DE COMMUNI TV PARA LA GESTIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS

Ahora, el nuevo reto se centra en conseguir productividad de los nuevos redactores digitales, mejorar las sensibilidades, en integrar a los periodistas de papel y televisión en las webs y en hacer formatos complementarios.

Communi TV ha trabajado con diferentes medios de comunicación como RTVE, Telecinco, Vocento, Grupo Zeta o TV3, entre otros.

## DEBATES INTERACTIVOS

La plataforma de gestión de contenidos de RTVE es completamente multimedia, gestiona todas las webs de noticias y además, tiene televisión a la carta, *podcast*, participación interactiva y servicios multicanal.

Una de las aplicaciones más importantes que ha desarrollado RTVE con el *software* de Communi TV son los debates interactivos.



UNA DE LAS APLICACIONES MÁS IMPORTANTES QUE HA DESARROLLADO RTVE SON LOS DEBATES INTERACTIVOS.

“Consiste en un interfaz en el que puedes seleccionar los temas que más interesen, y en el que además de tener la transcripción de todos los temas tratados en el debate, se pueden escuchar y leer, mientras el usuario navega por el texto íntegro del debate”, describe Scapusio.

El proceso de implantación de esta tecnología conlleva varios pasos. Lo primero ha sido buscar un enfoque estratégico, después se ha realizado el diseño funcional de interacción y gráfico del portal. Se ha tratado de implementar todo junto a la herramienta de gestión de contenidos. También se ha integrado a los proveedores externos de contenidos con las herramientas de gestión publicitaria.

Uno de los próximos retos es la reestructuración a través de la creación de una división interactiva, que cuente con unos sistemas eficientes para la producción de contenidos y para la creación de nuevas secciones, así como para cubrir de manera eficiente eventos especiales.

#### MI TELE

Telecinco trabajó con Communi TV para crear su propia televisión por Internet, la televisión a la carta, de donde surgió *Mi Tele*, la gran apuesta interactiva de Telecinco.

La televisión a la carta de Telecinco es un servicio donde el usuario puede personalizar los canales y gestionar los diferentes servicios de participación alrededor del contenido. La actual web de Telecinco apuesta por la interacción con sus espectadores. Uno de los principales objetivos de la cadena es convertir su portal en algo más que un simple canal

de promoción para los contenidos televisivos y por ello, crearon *Mi tele*, un servicio que permite integrar al usuario en la confección de una televisión a medida, y le ofrece la oportunidad de participar activamente mediante el envío de sus propios vídeos. Según Hernán Scapusio, este nuevo formato tiene que ver con las necesidades del usuario, es decir con “darles la oportunidad para que interactúen con todas las posibilidades que ofrecen los medios interactivos, pero de una forma mucho más orientada a las marcas y a los contenidos del propio canal”.

Entre los diferentes servicios que ofrece *Mi Tele*, uno de los más originales es *Yo Estrella*. Se trata una aplicación que permite al usuario, con tan sólo una webcam, grabarse respondiendo a una serie de preguntas para obtener un vídeo que simula una entrevista en plató con la presentadora Carmen Alcaide. Este formato también es aplicable a entrevistas culturales, diálogos remotos o modelos combinados de trabajo editorial.

#### NUEVO OBJETIVO: LAS REDES SOCIALES

Uno de los objetivos más importantes de todas las cadenas de televisión es convertir al usuario el protagonista del nuevo soporte, y por ello, las redes sociales son un pilar imprescindible en los nuevos retos de las cadenas. Todas las televisiones dan un lugar prioritario a las denominadas redes como Facebook, Tuenti, My Space o Twitter.

Antes, las redes sociales se consideraban enemigas que restaban audiencia a las televisiones, ahora, son aliadas que sirven para captar usuarios. Según afirma el director de Communi TV: “con las capacidades de mezclar aplicaciones que tiene Internet, ahora puedes estar viendo un partido de fútbol en directo y chatear mientras comentas las jugadas, perteneciendo a tú red social y con tu identidad virtual, pero en el contexto de una televisión”.

Las redes sociales se han convertido en el fenómeno del siglo XXI, y sin duda, jugarán un papel fundamental en el consumo de televisión de los próximos años. Las principales cadenas están intentando adaptarse rápidamente a este fenómeno con el objetivo de promocionar sus formatos y atraer al mayor número de usuarios. Las redes sociales sirven para difundir el contenido, enseñarlo y compartirlo con grandes comunidades de usuarios. La red social por excelencia para comentar los contenidos televisivos es Facebook, con más de 250 millones de usuarios que utilizan herramientas como ‘Facebook Connect’.



YO ESTRELLA ES UNA APLICACIÓN QUE PERMITE AL USUARIO, CON TAN SÓLO UNA WEBCAM, GRABARSE RESPONDIENDO A UNA SERIE DE PREGUNTAS PARA OBTENER UN VÍDEO QUE SIMULA UNA ENTREVISTA EN PLATÓ CON LA PRESENTADORA CARMEN ALCAYDE.

CARMEN ALCAYDE ENTREVISTA A ANA

#### UN SOFTWARE PARA ENSEÑAR

Este software que aplican las televisiones

le ha servido de gran ayuda al mundo de la educación. La Universidad Nacional de Educación a Distancia, en su afán por ofrecer un servicio moderno e innovador, y conscientes de las nuevas necesidades de consumo digital, junto a la empresa de Hernán Scapusio han conseguido transformar el modelo de formación, convirtiéndolo en más personalizado y flexible.

Esta nueva aplicación desarrollada para la UNED potencia el factor didáctico reforzando los contenidos multimedia con materiales descargables de diferentes tipos. También ofrece una parrilla de programación continua con los contenidos más destacados del día y un soporte para eventos en directo, y por último, dota al canal de un buscador completo donde los usuarios pueden encontrar cualquier material didáctico filtrado por diferentes parámetros.

### LA GESTIÓN PROPIA DE ANTENA 3 TV

Antena 3 TV ha diseñado su propio gestor de contenidos. Jesús Moreno es el responsable de la sección multimedia de Antena 3 Televisión, que recibe al mes más 4 millones de visitas, y tiene como principal objetivo convertir la web en el cuarto canal de emisión de contenidos tras Antena 3 TV, Neox y Nova.

Fueron pioneros en emitir los capítulos íntegros a través de Internet y ahora, están trabajando en el *making off* de las series. Tratan de mostrar lo que no se puede ver a través del televisor y por ello, producen contenidos únicamente para ser emitidos por Internet. Interactúan con sus usuarios a través de las redes sociales como Facebook o Windows Live, gracias a las cuales los internautas pueden hacer comentarios en tiempo real desde sus perfiles de Facebook, mientras están viendo el contenido que desean.

### EL SECRETO DEL ÉXITO DE LA SEXTA

El éxito de laSexta se debe en gran medida al equipo de trabajo de la sección Multimedia que ha volcado todos sus esfuerzos en gestionar y digitalizar sus propios contenidos televisivos. La presencia de laSexta en Internet "es fundamental", según ha asegurado Alfredo Peña, director Multimedia de la cadena. "Una web, que sólo en el mes de septiembre recibió más de 5 millones de vistas, necesita estar a la última en tecnología multimedia" destacó.

En laSexta TV puedes ver todos los programas que se hayan emitido en calidad HD y algunos de ellos, como *Sé lo que hicisteis...* se pueden ver en directo a través de la web.

La web de laSexta apuesta por el deporte en



vivo. Emite la *Formula 1* en directo, y no sólo eso, también televisa a través de Internet los entrenamientos libres, que se producen dos días antes y no se pueden ver en ninguna televisión. Como precedente importante está la retransmisión del Eurobasket el pasado mes de septiembre. Se emitieron todos los partidos en directo, incluso los que no se veían por la televisión y fue un gran éxito, según asegura el director de Multimedia de laSexta.

El próximo paso que quiere dar laSexta es conseguir que los espectadores puedan acceder a su página web desde su propio televisor o vídeo consola. Para integrar a las redes sociales, intentarán que los usuarios no tengan que registrarse, y simplemente con su perfil de Facebook puedan formar parte de la comunidad de usuarios de laSexta. Como afirmó Alfredo Peña: "Nuestro objetivo es hacer llegar el contenido de laSexta cuando quieran y donde quieran".

