



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información
y Nuevos Análisis de Comunicación Social
España

Miranda Cáceres, Raquel

Nuevos modelos de producción audiovisual

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 6, núm. 53, enero-febrero, 2003

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81965309>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Nuevos modelos de producción audiovisual

Lic. Raquel Miranda Cáceres ©

Licenciada en Periodismo

Universidad de La Laguna (Tenerife, Canarias)

quelm@hotm.com

La industria televisiva está comenzando a sufrir una transformación originada por dos factores: la explosión de Internet y la revolución que nos encamina hacia una nueva vida, una era de conjunción audiovisual entre distintos sectores, televisión y PC, de la que se beneficiará. Estamos en los albores de un modo nuevo de comunicarnos, comprar, jugar, en un mundo donde los grandes avances tecnológicos cambian la cultura audiovisual. Sin embargo, es muy complicado predecir las características que tendrá la Televisión del futuro, cuando el proceso creativo, queda mucho por recorrer y su formación final será un planeta aún por descubrir que ahora mismo sólo podemos vislumbrar en la imagen post televisión, otros lo llaman futuro.

Nos encontramos con un nuevo concepto de industria capaz de generar contenidos nuevos, de forma masiva y hacerlos llegar a los usuarios. Lo que sabíamos sobre periodismo o televisión está cambiando". Mucho más cuando Internet y la Televisión se fusionen y se muestre que la televisión es difícil predecirlo, no desaparecerá pero sí se presentará como una nueva opción, un nuevo medio, que la tecnología es capaz de producir. Los programas se harán bajo demanda on line y las empresas televisivas tendrán que posicionarse si quieren mantenerse.

Términos como: post-TV, hipertelevisión o cosmotelevisión se impondrán, desterrándose el concepto de televisión.

Según Bill Gates "Delante de nosotros se abre un mundo de información infinito, con un acceso muy fácil y un impacto único".

Puede que sea un cambio similar a la llegada de la radio, sin que eso perturbe la existencia de la prensa, al mismo tiempo que la supera, superando todos los descubrimientos anteriores: la imprenta, la radio, el teléfono, la televisión y el ordenador.

La convergencia entre ordenadores y las redes de comunicación modifica a diario las actividades empresariales así como, los hábitos de consumo, que son inigualables. La gran mayoría no somos conscientes de la revolución que se está fraguando a nuestro alrededor.

Muere la forma actual de hacer televisión, las tecnologías de la información están influyendo sobre los contenidos. PC y televisión serán convergentes. La televisión se ven obligadas a crear nuevos formatos ligados a las innovaciones que ofrece la técnica. El concepto tradicional de producir televisión cambia.

Pero nace una nueva forma de producción audiovisual: los portales de televisión en Internet, convertidos en medios distribuidores de programación. Cuando hacemos referencia a una nueva forma de hacer televisión, englobamos a un fenómeno que de forma cotidiana comienza a formarse.

Los supervivientes o gran hermano invaden nuestros hogares como si de un virus se tratase.

Esta nueva programación nos conduce a otra cultura audiovisual que modifica las posibilidades de consumo y selección. En este momento no podemos tener, cualquier contenido es válido sea cual fuera.

He aquí la convergencia de la que hemos venido hablando entre televisión convencional e Internet. Con esta programación se está creando un mayor acercamiento a la audiencia, con formatos nuevos, y que nos aproximan a una realidad, de ahí la nueva denominación que sufre este modo de programación.

Estos nuevos formatos en la programación contribuyen a crear interacción con el público y el feedback será un elemento determinante en la programación. Las audiencias marcan el reparto de contenidos sobre el que vamos a trabajar, así como, los nuevos estilos de programación.

Contenidos como "Gran Hermano" podrían definir el concepto "portal de TV". Programación como ésta tiene su origen en aquellos contenidos como se nos ocurren.

La multitud de canales que encontramos hoy en la Red se convertirán en pequeños canales temáticos de TV.

El caso de Gran Hermano se inspira en una sugerente novela escrita por el inglés Eric Arthur Blair, conocido como George Orwell. Tras la caída del comunismo, se hacía realidad. En el año 99 la mega productora holandesa Endemol, puso en marcha su proyecto más apocalíptico, escandaloso y aterrador.

Orwell imaginó al Gran Hermano como eje y el ojo de un estado futuro, un ojo inmenso y vigilante, que controlaba las veinticuatro horas del día. La sociedad estaba amenazada y aterrorizada por esa figura omnipresente, que podía inspeccionarles en cualquier momento en sus casas a través de la información.

De Mol, tomó la idea del escritor británico y confeccionó un programa de TV. No existían precedentes audiovisuales de esas características, reafirmando la idea que teníamos de Holanda, como un país aperturista y de persianas abiertas.

Formado por un equipo de diez personas, que nunca se han visto ni conocido antes, se reúnen y viven juntos, durante un periodo de tiempo, esa experiencia. Viven sin contacto alguno con el exterior. Docenas de cámaras y micrófonos observan al grupo día y noche, grabando cada momento de su vida.

convivir, al mismo tiempo que realizan tareas comunes: cada cierto tiempo tienen que nombrar a dos de sus compañeras para que abarquen la votación por Internet, determina quién es expulsado. Después de cien días, el último de los participantes que queda en la casa se convierte en el ganador.

En este programa existe total transparencia en todo lo captado por los objetivos de las cámaras, y así se le transmite a internautas y espectadores. El resultado que se obtuvo en cifras de audiencia, fue espectacular. Pero lo más importante es que esta programación se ha acercado considerablemente a la audiencia.

Este paso se ha dado porque a la experiencia televisiva convencional de cualquier reality o show, se le ha añadido un desarrollo on line que hace que la experiencia sea más completa, ofreciendo una enorme capacidad de atracción, que resulta complementaria a la emisión por televisión.

¿A qué se debe el éxito de este formato global? ¿A su originalidad? ¿Al morbo y voyeurismo del telespectador? ¿A su alcance sociológico? Quizás la solución se encuentre repartida entre muchos factores, entre los que figura la óptima labor de casting de los participantes.

aparentemente, el otro lo perciba. O como dijo un filósofo, "la revolución genuina está en la discusión pública de lo privado y en el debate sobre lo público".

Gran Hermano es una muestra más de la transparencia mediática de la cultura posmoderna, donde el escaparate se instrumenta a través de la televisión. Este programa une en su concepción, la herencia ideológica de Orwell, la omnipresencia de la red, la atracción que tiene la sociedad de hoy.

mundo, que es la televisión.

Ha habido otras programaciones como el bus que han intentado captar la atención del público de la misma forma, pero en un marco de libertad.

fueron los esperados, aunque se pretendía lo mismo y poseía una normativa similar.

Supervivientes, desde mi perspectiva es el que más se diferencia de ambos. Era un concurso más en el sentido estricto de la palabra.