

La interactividad – interacción en la televisión digital terrestre

Interactivity - interaction in digital terrestrial television

Carlos Antonio Valverde Lojano¹

¹ Universidad Católica de Cuenca, Ecuador

*cvalverdel@ucacue.edu.ec

DOI: <https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v4i2.605>

Resumen

Es importante el consumidor de contenidos televisivos desde que se empieza a producir el mensaje. Es la audiencia propia, el que decide o no quedarse con el mensaje o simplemente cambiar de canal. En las nuevas tecnologías de la Televisión Digital Terrestre (TDT), el productor de contenidos audiovisuales y los medios televisivos deben primero pensar en las audiencias para preparar su contenido interactivo, es decir, ir más allá de solo mostrar un producto audiovisual. Sino mostrar contenido en donde la interacción (relación entre canal y audiencia), sea la prioridad para que el usuario, donde maneje mensajes ocultos o en segundo plano, pero no menos importantes. El alcance de investigación es precisar cuál es su rol en las nuevas tecnologías de la TDT, que es la interactividad y la interacción mientras el usuario (audiencia) ve televisión. En la actualidad, la Interacción desde la recepción, se ha utilizado para referirse a las tecnologías y servicios interactivos que comparten. De forma sencilla se define a la interacción en televisión como la oferta de contenidos a través de un medio de transmisión que disponga de un canal de retorno y la interactividad el echo sencillo de manejar el control remoto, pero esto va más allá de simples conceptos.

Palabras clave: interactividad, interacción, televisión digital terrestre, TDT, audiencias televisivas.

Abstract

The consumer of television content is important from the moment the message starts to be produced. It is the audience itself, the one who decides whether or not to stay with the message or simply change channel. In the new technologies of Digital Terrestrial Television (DTT), the producer of audiovisual content and television media must first think about audiences to prepare their interactive content, i.e., go beyond just showing an audiovisual product. But to show content where the interaction (relationship between channel and audience), is the priority for the user, where it handles hidden messages or in the background, but no less important. The scope of research is to specify what is its role in the new DTT technologies, which is the interactivity and interaction while the user (audience) watches television. Currently, Interaction from reception has been used to refer to interactive technologies and services that share. In a simple way, interaction in television is defined as the offer of content through a transmission medium that has a return channel and interactivity is the simple fact of handling the remote control, but this goes beyond simple concepts.

Keywords: interactivity, interaction, digital terrestrial television, DTT, television audiences.

1 Introducción

En las nuevas formas de ver televisión, es importante reconocer que los programas televisivos permanecen al aire por su audiencia, por su temporada y contenidos. Pero ahora en un mundo en donde las interacciones virtuales van creciendo y las personales cada vez más se vuelven difíciles, es importante poner en práctica el comportamiento del individuo ante una nueva tecnología que ya está creciendo y posicionado en algunos países de América Latina como es la Televisión Digital Terrestre TDT. En donde su principal actividad es la interacción por medio de un canal de retorno, y el control remoto como el enlace interactivo.

Este fenómeno se lo denomina migración tecnológica de la señal analógica a la Televisión Digital Terrestre (TDT)

como una evolución de la televisión. Este apagón analógico iba a discontinuar a los aparatos (televisores, LCD, LED o plasmas) que no tengan un sintonizador del estándar ISDBT-Tb o ISDB-T Internacional, necesarios para receptor la TDT. (Universo, 2017).

Esta audiencia también tiene un comportamiento social ante la TDT y para entender mejor a este público debemos referirnos a lo que cita el artículo del Análisis teórico de las dimensiones funcionales del comportamiento social que dice:

“El comportamiento social tiene lugar en un medio de contacto convencional articulado por el lenguaje y en un ambiente representado por la cultura, como actividades con sentido compartido y objetos construidos o conceptuados” (Iñesta, Rangel, y Valadéz, 2008, p. 47). Pero estos contac-

tos ya no son interpersonales sino ya llegan a una virtualización por medio de las TICs posibilitando las relaciones entre personas, pero sin delimitar las interacciones entre personas y objetos que lo rodean y no necesariamente son objetos naturales sino objetos inertes que parecen naturales porque ya están dentro de nuestro ecosistema es decir nacimos con ellos como por ejemplo los electrodomésticos o artefactos de comunicación o interacción y que decir de las relaciones y el comportamiento de la sociedad ante las formas iconográficas de comunicar, todos creados por el hombre para un uso específico y a su vez estas ya forman culturas diferentes o formas de vida. (Iñesta y cols., 2008).

El comportamiento del individuo ante las tecnologías es diferente y va de acuerdo a las edades. Daniel Cassany y Gilmar Ayala, en sus estudios e investigaciones, Nativos e inmigrantes digitales en la escuela, cita: “Nuestros jóvenes están aprendiendo de manera informal un conjunto de habilidades y técnicas de acceso, manipulación y circulación de la información que muchos adultos ignoramos”. (Cassany y Ayala, 2008, p. 54). Ya es bastante conocido que, en la actualidad, coexisten comunidades generacionales diferentes y muy bien marcadas, una de jóvenes y niños (nativos digitales) y otra de adultos y tercera edad (migrantes digitales), que, aunque compartan un mismo estilo de vida, una misma cultura y una misma tecnología, en este caso TDT, sus comportamientos ante un televisor y sus interacciones serán muy diferentes. La participación digital ya forma parte de la vida diaria en todas las sociedades, constituyéndose en herramientas necesarias para, compartir, consumir, participar y crear (Taberner, Juárez, y Navarro, 2010). Es por eso que es necesario revisar las prácticas comunicativas y el consumo cultural de los individuos y la relación con el uso de las nuevas tecnologías de la TDT.

2 Metodología

Para esta investigación y levantamiento de la información requerida, se trabaja en la metodología empírica, experiencias en base a los conocimientos adquiridos en el desarrollo de mi tesis sobre la TDT y las sociedades receptoras, también lecturas de bases científicas, y la información más importante es por validación de expertos en el tema de la interacción, esta metodología llamada Delphi que es una metodología estructurada para recolectar sistemáticamente juicios de expertos sobre un problema, procesar la información y a través de recursos estadísticos, construir un acuerdo general de grupo que permite la transformación durante la investigación de las apreciaciones individuales de los expertos en un juicio colectivo superior. (Astigarraga, 2003)

Este método consiste en la selección de un grupo de expertos a los que se les pregunta su opinión sobre cuestiones referidas a acontecimientos del futuro. Las estimaciones de los expertos se realizan de manera anónima, con el objetivo de tratar de conseguir consenso, pero con la máxima autonomía por parte de los participantes (Valdés y Marín, 2013).

3 Desarrollo

3.1 La interacción e interactividad

Kristi Jauregi de la Universidad de Utrecht y Universidad de Ciencias Aplicadas de Tilburgo manifiesta que “La revolución digital que se está llevando a cabo en la sociedad está cambiando las formas de organizar nuestras vidas a todos los niveles: profesión, ocio, comunicación y poco a poco la educación. La interacción se ha convertido en un elemento clave en el siglo XXI. De ser meros consumidores y receptores de información y de noticias, nos hemos convertido en creadores de contenidos, de información, de noticias, o comentaristas de la información compartida por otros a través de las redes sociales” (Jauregi, 2013, p. 8)

A medida que la industria de telecomunicaciones se centra en el mundo de la difusión mediática, aumenta la competencia por los contenidos con aplicaciones interactivas en donde se centra en captar la atención del usuario y no solo eso sino también a invitarle a participar de gestiones interactivas.

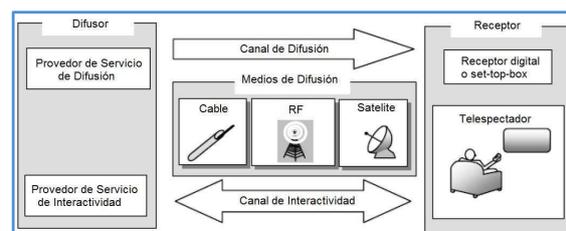


Figura 1: Componente de la Televisión Interactiva

Fuente: (Bernal, 2020)

Marta Rizo, en su artículo La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica cita.

“La comunicación se ha definido desde enfoques muy distintos. Uno de ellos, el que pone el acento en las definiciones originarias del término, es el que la vincula con la interacción. La comunicación, como fundamento de la interacción social, es el mecanismo que ha hecho posible la existencia de lo que llamamos sociedad. Es el principio básico de la organización social, y como tal, es requisito indispensable para las relaciones sociales. Todo ello pone de manifiesto que la comunicación, antes que nada, es un proceso social articulado en torno al fenómeno de compartir, de poner en común, de vincular”. (Rizo, 2006, p.46)

Es así que la interacción es un comportamiento tanto individual como social que involucra a todos los elementos de la comunicación y el individuo es un ser interactivo tanto emocionalmente como sociológicamente y considera tres niveles de acción; La comunicación personal, en el plano de la intersubjetividad; La comunicación interpersonal, que focaliza su atención en las relaciones entre participantes de una misma interacción; y la comunicación de masas, que por tener como eje central a los medios de difusión de información no parece ser tan adecuada para abordar

las aportaciones de la psicología social al concepto de interacción. (Rizo, 2006)

Dentro de esto se centra en aprovechar la interactividad, que es la capacidad de ofrecer contenidos adicionales a los programas de televisión, permitiendo al usuario ver y actuar ante información sobre el contenido audiovisual como: la programación de los canales, participar en concursos, votaciones, comprar productos o servicios, e incluso participar en los propios programas de televisión con el mando a distancia. La interactividad es posible gracias a aplicaciones que complementan la programación, siendo el usuario el que decide si quiere o no verlos, y cuándo quiere verlos (Chinatown Producciones, 2012).

La interactividad ofrece al espectador la posibilidad de personalizar el contenido que muestra su televisor, bien sea accediendo a información enviada durante el proceso de emisión pero que sólo se hace visible si el espectador lo desea, o bien accediendo a servidores con los que puede intercambiar información mediante la interacción¹, a través de un canal de retorno utilizando el televisor como interfaz de salida, haciendo de esto una facilidad de navegación y acceso, similar a la experiencia del usuario con un dispositivo digital.

También se manifiesta que la interactividad² va a permitir a los canales de televisión ofrecer un importante conjunto de servicios al televidente, lo que le permitan explorar nuevas formas de hacer televisión, uniendo técnicas avanzadas de comunicación, participación, y servicios sociales para el desarrollo de la Información. Para el usuario o televidente la interactividad va a permitir acceder a nuevos contenidos, a una televisión mucho más rica y completa, con la posibilidad de participar e influir sobre los programas de televisión (www.entretodas.net., s.f.).

3.2 Validación con expertos

En la TDT. Para que funcione la interactividad se necesita de instrumentos que comunica al espectador con el canal emisor con un canal de retorno, estos son en Smart tv y su control remoto, como lo muestra la *img 1* componente de la Televisión Interactiva.

Entendiendo esto, las aportaciones más relevantes en la validación de expertos esta.

Jorge Francisco Galán Montesdeoca, Doctor en Integración Económica y Desarrollo Territorial, Máster en

¹Se puede decir que la interacción siempre ha existido, no es un fenómeno reciente. El hombre es un ser social y la sociedad implica relaciones y éstas crean interacciones entre los individuos. La sociabilidad nos enriquece a todos, ya que implica que damos y recibimos y, en pocas palabras, compartimos. Sin embargo, en nuestros días la interacción ha alcanzado un nuevo nivel, una dimensión diferente. La posibilidad de relacionarnos con cientos y miles de personas mediante las redes sociales, hace que los lazos y vínculos entre las personas se multipliquen más allá de lo que se podía imaginar hace unos pocos años. (<https://definicion.mx/interaccion/>).

²LOS MEDIOS INTERACTIVOS: La interacción es una acción que se ejerce recíprocamente, es decir una acción que se ejerce, recibándose en la misma medida en la que se da. los medios interactivos son la relación subjetiva que se establece entre una persona y el producto que le es presentado ante un proceso de dialogo. (<https://es.calameo.com/books/0028962602d358c97eaf8#>).

Docencia con Mención en Educomunicación., Director Nacional de la Maestría en Comunicación Estratégica Digital de la UPS, Menciona.

Las definiciones conceptuales, en el ámbito social y en el tecnológico, son susceptibles de variación con el transcurso del tiempo; sin embargo, la tendencia actual está enfocada al incremento social de las interacciones comunicativas mediadas por las tecnologías, hecho que amerita continuos estudios y reflexiones. La funcionalidad de interacción es fundamental en la actualidad, puesto que las nuevas experiencias que viven las personas, especialmente en las redes sociales, permiten que el usuario se convierte en prosumidor, hecho que provoca un nuevo estilo de comunicación, que impele a los demás medios masivos, en este caso a la televisión, hacia una nueva dinámica del flujo comunicativo en donde no hay receptores pasivos, sino usuarios que pueden responder, cuestionar e interactuar con el emisor, (Galan, 2019).

Paola Cristina Ingavélez Guerra, Magister en Diseño multimedia, Docente en la Universidad Politecnica Salesiana, https://www.researchgate.net/profile/Paola_Ingavelez

Las diferencias conceptuales entre interactividad e interacción. En el primero considero que el entorno y su funcionalidad, mientras que en la interacción un conocimiento más profundo del usuario (ergonomía, diseño centrado en el usuario, usabilidad, accesibilidad, adaptatividad, adaptabilidad, entre otros) y las sociedades responden de manera intuitiva y de fácil adaptación a las tecnologías de la TDT dependiendo también del servicio y la tecnología que tenga el medio emisor, también atender con variedad a las diferencias generacionales, grados de usabilidad, calidad en el servicio. El conocimiento puede ser otorgado en cualquier edad si la usabilidad es la adecuada y el canal de difusión y atención es eficaz y efectivo, (Ingavelez, 2019).

William López Arias, Diseñador y Master en Diseño de Multimedia, investigador y Doctorante en la Universidad Complutense de Madrid.

Asumo que en la TDT la razón fundamental de este servicio es la retroalimentación para satisfacer requerimientos de un público diverso respetando la universalidad de mismo y mejorando las posibilidades de producción, dependiendo de los intereses del receptor, siendo el emisor el que debería considerar la oportunidad en el desarrollo de estrategias para un mercado cuya variabilidad requiere la entrega de múltiples opciones, siendo otra forma de retroalimentar sobre gustos y preferencias de los usuarios, como lo es actualmente redes sociales. La generación de redes semánticas y modelado de conocimiento, tendencias o preferencias podrían aportar significativamente para la toma de decisiones, (López, 2019).

Tatiana Muñoz, Ingeniera en sistemas, programadora, perteneció al grupo Ginga Ecuador fortaleciendo la elaboración de aplicaciones para la TDT, elaboró un prototipo de interactividad adaptando redes sociales en la TDT.

La TDT es una nueva plataforma tecnológica que permite al receptor de televisión convertirse en usuario interactivo, aparte de contar con una mejor calidad de imagen y audio; a su vez, el emisor tiene la posibilidad de contar con señales múltiples en un mismo canal, al tiempo de abrir las posibilidades de interacción con los usuarios. Las sociedades receptoras, con el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, se convierten en comunidades participativas que obligan a replantear no solo el contenido y el flujo de los mensajes, sino muchos otros elementos fundamentales de la convivencia, como son la democracia, la organización social, los valores, la cultura y la tradición, entre otros aspectos, mejorando así la calidad y la posibilidad de interactividad e interacción que aquí en la ciudad de Cuenca - Ecuador todavía no hay una cultura ni un sistema para mitigar y prepara a la población a este cambio (Muñoz, 2019).

4 Conclusiones

La interacción está relacionada con el ámbito comunicativo entre los seres humanos, mientras que la interactividad se enfoca a la interfaz entre los seres humanos y los elementos tecnológicos que sirven para establecer la comunicación. En la actualidad existe una sociedad heterogénea en donde conviven los nativos digitales con los inmigrantes digitales. Los primeros se adaptan fácilmente a las nuevas tecnologías; en tanto, los inmigrantes digitales suelen necesitar el apoyo inicial, a través de personas o mensajes tutoriales para adaptarse a las nuevas formas de comunicación. Para los nativos digitales, la experiencia podría ser positiva si la TDT les brinda la oportunidad de interacción, en tanto, algunos inmigrantes digitales posiblemente satisfagan sus expectativas con el simple hecho de mejorar la calidad de la imagen y el audio, junto con los contenidos que sean de su interés. De hecho, la interacción permite medir el interés y el grado de recepción, por lo tanto, la creación y gestión de contenidos permitiría proporcionar mensajes acordes con la demanda de los usuarios.

Entre los aportes más relevantes a la interacción y la interactividad en la TDT y una vez estudiados se genera un modelo teórico explicativo que es necesario profundizar con sus características, potencialidades y cambios tanto en el comportamiento social e individual que generan las nuevas tecnologías de la información y comunicación y sus procesos interactivos. La inclusión de la TDT en el proceso de enseñanza-aprendizaje a la población es un cambio, para algunos autónomos y para otros deben seguir un proceso de aprendizaje metódico y esto también depende de la era tecnológica en la que vivieron (nativos digitales, migrantes digitales).

Juan Jódar en la revista digital Razón y Palabra, habla de los nuevos media o la madiamorfosis, (Jódar, 2010) la transformación que ocurre en los individuos a razón del crecimiento de las nuevas tecnologías, es decir, la aceptación del público a pasar de simple espectadores a prosumidores,

en donde el medio no es el mensaje sino una respuesta a otro.

Referencias Bibliográficas

- Astigarraga, E. (2003). Descargado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/50762750/Metodo_delphi.pdf
- Bernal, I. (2020, enero). Descargado de https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Eschema-de-funcionamiento-de-television-digital_fig1_286777303
- Cassany, D., y Ayala, G. (2008). Nativos e inmigrantes digitales en la escuela. *CEE Participación Educativa*, 53-71.
- Chinatown Producciones. (2012). *La televisión interactiva*. Madrid, España: Edipo S.A.
- Galan, J. (2019). *La interactividad e interacción en tdt*. (C. Valverde, Entrevistador)
- Iñesta, E. R., Rangel, N. E., y Valadéz, F. L. (2008). Análisis teórico de las dimensiones funcionales del comportamiento social. *Revista Mexicana de Psicología*, 45-57.
- Ingavelez, P. (2019). *La interactividad e interacción en la tdt*. (C. Valverde, Entrevistador)
- Jauregi, K. (2013). La interacción, elemento clave en el proceso de aprendizaje de e/le. actas del xxiii congreso internacional asele. *Girona: Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera*, 5-16. Descargado de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/23/23_0003.pdf
- Jódar, J. (2010). *La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales*. Monterrey, México.
- López, W. (2019). *La interactividad e interacción en tdt*. (C. Valverde, Entrevistador)
- Muñoz, T. (2019). *La interactividad e interacción en tdt*. (C. Valverde, Entrevistador)
- Rizo, G. M. (2006). La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. breve exploración teórica. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 56-52.
- Tabernero, C., Juárez, D. A., y Navarro, J. S. (2010). Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje. *Revista de Estudios de Juventud*, 77-96.
- Universo, D. E. (2017, Junio). Descargado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/06/12/nota/6229048/cambio-television-analogica-digital-ecuador-se-aplazo-hasta-2018>
- Valdés, M. G., y Marín, M. S. (2013). El método delphi para la consulta a expertos en la investigación científica. *Revista Cubana de Salud Publica*, 253-267.

www.entretodas.net. (s.f.). Descargado 15 de septiembre de 2013, de <http://www.entretodas.net/wp-content/ATSInteractiva.jpg>

Recibido: 12 de mayo de 2020

Aceptado: 10 de julio de 2020



