

### Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

E Alonso, M A Broullón-Lozano , M Lamuedra-Graván (2016): “Análisis empírico de las dinámicas de remediación entre televisión e internet en España: discursos de receptores”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 160 a 196.

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1090/10es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2016-1090](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1090)

# Análisis empírico de las dinámicas de remediación entre televisión e internet en España: discursos de receptores

## Empirical analysis of the dynamics of remediation between television and the Internet in Spain: the discourses of users

Elisa Alonso [CV] [ORCID <http://orcid.org/0000-0001-5615-4891>] [GGS

<https://scholar.google.es/citations?user=svJ2jC4AAAAJ&hl=en>] Investigadora y docente del Departamento de Filología y Traducción – Universidad Pablo de Olavide (UPO), España – [elialonso@upo.es](mailto:elialonso@upo.es)

Manuel A. Broullón-Lozano [CV] [ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0840-474X>] [GGS

[https://scholar.google.es/citations?user=FGGM\\_r8AAAAJ&hl=en&oi=ao](https://scholar.google.es/citations?user=FGGM_r8AAAAJ&hl=en&oi=ao)] Personal de Investigación en Formación del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad – Universidad de Sevilla (US), España – [mbroullon@us.es](mailto:mbroullon@us.es)

María Lamuedra-Graván [CV] [ORCID <http://orcid.org/0000-0002-3688-3488>] [GGS

<https://scholar.google.es/citations?user=upP-yLwAAAAJ&hl=en>] Investigadora y docente del Departamento de Periodismo I – Universidad de Sevilla (UD), España – [mlamuedra@us.es](mailto:mlamuedra@us.es)

### Abstracts

[ES] **Introducción:** Este trabajo se centra en analizar las posibilidades y ámbitos de participación ciudadana en la esfera pública que se desprenden de las dinámicas de remediación entre televisión e internet, particularmente en lo que respecta a las tendencias de expansión y convergencia entre ambos medios. En el escenario actual, la pugna entre televisión e internet se pone de manifiesto en el consumo de los receptores, así como en sus discursos. **Objetivo:** Conocer la percepción que tienen los receptores en España de la televisión, ya sea en su formato tradicional o por medio de otros cauces y prácticas, así como identificar sus patrones de consumo y determinar en qué medida dichos receptores conocen y utilizan las segundas pantallas y los medios interactivos, o participan en las mismos. **Metodología:** Siguiendo una metodología cualitativa, basada en 4 grupos de discusión y 2 entrevistas individuales realizadas en España, se ha recabado un amplio espectro de opiniones de un total de 26 sujetos. **Resultados y conclusiones:** Salvo en los sujetos de mayor edad (más de 65 años), prevalecen las dinámicas de expansión sobre las de convergencia, es decir, los sujetos han

añadido otros soportes al consumo de televisión en formato tradicional (especialmente internet y, en concreto, web social 2.0), hasta el punto de sustituirlo parcial o casi totalmente en algunos casos. Sin embargo, o bien desconocen o bien no suelen hacer uso de los mecanismos de participación e interacción que incorporan las transmisiones televisivas.

**[EN] Introduction:** This article analyses the possibilities for citizen participation that have emerged in the public sphere as a result of the remediation dynamics between television and the Internet, particularly regarding the expansion and convergence trends that are taking place in both media. In the current landscape, the rivalry between television and the Internet becomes evident in users' consumption habits and discourses. **Objectives:** The article has two objectives: to identify Spanish people's perception and consumption of television, in its traditional and modern formats and platforms, and to establish the extent to what Spanish people know about and use second screens and other interactive media. **Methods:** The study is based on a qualitative approach that involves four focus groups and two individual interviews. The opinions of a total of 26 people were taken into account in the study. **Results and conclusions:** With the exception of people over 65 years of age, expansion dynamics prevail over convergence dynamics among Spanish people. In other words, people have incorporated new platforms and devices (specially the Internet and the social web 2.0) to their consumption of traditional television, to the point that some people have substituted partially and even totally the traditional consumption format. However, people either do not know or do not use the interaction and participation mechanisms that broadcast television has incorporated.

### Keywords

**[ES]** televisión pública; segundas pantallas; participación; interactividad; internet

**[EN]** Public television; second screen; participation; interactivity; Internet.

### Contents

**[ES]** 1. Introducción. 2. Metodología 2.1. Organización de grupos de discusión y entrevistas 2.2. Recopilación de datos y análisis de grupos de discusión y entrevistas 3. Resultados 3.1. Conocimiento/desconocimiento 3.2. Uso/no-uso 3.3. Participación/no-participación 4. Conclusiones 5. Referencias bibliográficas

**[EN]** 1. Introduction. 2. Methods. 2.1. Organisation of focus groups and interviews. 2.2. Collection and analysis of data from focus groups and interviews. 3. Results. 3.1. Awareness/unawareness. 3.2. Use/non-use 3.3. Participation/non-participation. 4. Conclusions. 5. Notes. 6. List of references.

Traducción de **CA Martínez Arcos** (Dr. en Comunicación por la Universidad de Londres)

## 1. Introducción

En los últimos años estamos asistiendo a una reformulación de la televisión como medio y como discurso (Cebrián, 2004; Urretavizcaya, 2008; Francés i Domenech, 2009). Esta coyuntura de cambio tecnológico que implica la transformación y el intercambio entre soportes, formatos, géneros y medios, difumina las fronteras entre ellos y, al mismo tiempo, replantea la figura y la posición del receptor (AIMC, 2012).

Dicha coyuntura puede ser estudiada como un proceso de *remediación*, entendida según Bolter y Grusin (2011: 51) como “la representación de un medio en otro medio”. De esta manera, un medio, de forma consciente o inconsciente, podría tener la capacidad *re-mediar* a otro o a otros tomando una propiedad concreta y reutilizándola (50). En consecuencia, y siguiendo a estos mismos autores, la remediación es una práctica tan extendida “que podemos identificar todo un espectro de modos en

que los medios digitales remedian a sus predecesores, espectro que depende del grado de competición o rivalidad entre los nuevos medios y los antiguos” (*ídem*). [01]

Desde una mirada retrospectiva parece sencillo saber cuál es el medio que remedia a otro. Sin embargo, desde un punto de vista contemporáneo, cuando se está inmerso en un proceso de cambio como el actual en que el medio televisivo y el cibernético pugnan por remediarse el uno al otro, se producen tensiones, oscilaciones y asimetrías:

“De hecho, la televisión y la web están enzarzadas en una competición no reconocida en la que las dos intentan remediarse entre ellas. La competición es tanto económica como estética; es la lucha por determinar qué medio dominará [...], si la televisión o la red”. (53)

La incertidumbre respecto a cuál será el resultado final de estas fricciones es en ocasiones compartida entre observadores, productores y receptores de los medios. Todos estos agentes parecen abocados a salir de la *zona de confort* para repensar sus roles, sus nuevas posibilidades y también sus responsabilidades:

“Los productores mediáticos están respondiendo a estos consumidores recientemente empoderados de maneras contradictorias, unas veces alentando el cambio, otras veces resistiéndose a lo que consideran un comportamiento renegado. Y los consumidores, a su vez, están perplejos por lo que ven como señales contradictorias sobre el grado y las clases de participación de la que pueden gozar”. (Jenkins, 2009: 29)

La televisión y la web (con su reciente reconversión como *web social*), en su tensión recíproca, están experimentando una doble tendencia:

- 1) Existe una dimensión expansiva o *ad ultra*, en donde la televisión como discurso lineal (la programación *broadcasting*) se integra en otras plataformas y se disemina.
- 2) Se observa una reconfiguración *ad intra*, tendencia que fuerza y fragmenta los formatos y los géneros que le eran propios en dinámicas de convergencia; siempre en el interior de la programación y en la continuidad temporal de un discurso (Vinader y De la Cuadra, 2012).

En el caso de RTVE, entre las dinámicas expansivas del primer tipo, se encuentran algunas de las denominadas *segundas pantallas*, como son el portal informativo, el repositorio de programación *online* o el botón rojo en los soportes de Smart TV; también las estrategias de marketing que emplea lo denominado como “transmedia storytelling” (Jenkins, 2008; *cf.* Bordwell, 2009), que disemina la linealidad de la programación en una estructura reticular que aporta, al menos en apariencia, una capacidad de libertad de elección y de participación (Montpetit, 2012).

En el lado de las dinámicas del segundo tipo, dinámicas de convergencia que se integran en la programación, se agrupan los medios interactivos (redes sociales, buzones de participación, *feeds*), programas concretos (como *Cachitos de hierro y cromo*) y otras *segundas pantallas* como puede ser la aplicación +TVE, en donde concurren emisión en directo a través de dispositivos móviles y conversación a través de mensajes instantáneos tipo red social exclusiva, siempre en torno al *continuum* de la emisión *broadcasting*.

Estas dos dinámicas, expansión y convergencia, configuran un espacio de interacción pública cuyos límites y mecánicas internas son inciertas. Conviene puntualizar que *res publica*, en lo que concierne a este trabajo, no solo se refiere al concepto de *esfera pública* de Habermas (2006) –un espacio público de diálogo racional que conecta a los ciudadanos con el poder político vía medios de comunicación–, sino que nos vamos a circunscribir aquí a un segmento concreto: los medios de comunicación de propiedad pública. Ellos mismos son “plaza pública” (Lamuedra *et al.*, 2012), especialmente a la vista de dos conceptos clave en el estatuto de la Ley 17/2006 y su reformulación en 2012: el “servicio público” (BOE, 2006: 12; art. 25) y el “derecho de acceso” (*idem.*: 12; art. 28).

En este sentido, nuestro trabajo se relaciona directamente con investigaciones previas centradas en la televisión pública (*vid.* Callejo, Lamuedra y G. Matilla, 2010; Lamuedra *et al.*, 2012). En dichas investigaciones se asume la centralidad de lo público en el ecosistema mediático, dentro del cual la radiotelevisión pública se perfila o debería perfilarse como *plaza pública*:

“La radiotelevisión pública es el agujero negro del sistema de medios. Señala el lugar de lo que debe ser y, al hacerlo, se sitúa como punto de apoyo sobre el que gira la galaxia mediática. Por ello, una radiotelevisión pública que ejerza como referente real y que goce de legitimación y apoyo social adquiere fuerza gravitatoria suficiente para influir positivamente en el conjunto del sistema”. (Callejo *et al.*, 2012: 17)

Tal es la base del proyecto de I+D+i en el que se enmarca este trabajo. Se trata de un proyecto de investigación liderado por Vázquez Medel y la propia Lamuedra (2013) en el que se aspira a explorar, de manera general, la relación entre las transformaciones sociales y políticas y la faceta informativa de la radiotelevisión. Si el cambio tecnológico y la coyuntura de la remediación coinciden con una demanda de cambio social, ¿ofrecen estos medios vías, alternativas y cauces para la participación ciudadana y el empoderamiento de la ciudadanía?

Por consiguiente, los objetivos específicos de este trabajo consisten en 1) identificar las líneas generales de los comportamientos de consumo de televisión de los receptores; 2) examinar los discursos de los sujetos relacionados con los fenómenos de remediación (expansión o convergencia) entre internet y televisión, poniendo especial énfasis en los discursos en torno a conocimiento/no conocimiento de nuevas pantallas y medios interactivos, uso/no uso de los mismos, así como participación/no participación que de esos usos se derivan. Dado nuestro enfoque cualitativo e interpretativo —que se expondrá con mayor detalle en el apartado metodológico—, no se pretende que nuestros resultados se puedan extrapolar al conjunto de la población en España, pero sí apuntar tendencias, en ocasiones de gran interés para la reflexión y el debate académico, sociológico, político, etcétera, sobre el uso y percepción de receptores de televisión pública en España.

## Metodología

La metodología empleada para este trabajo se sustenta en un enfoque cualitativo que incorpora una mirada interpretativa y hermenéutica de la realidad descrita por los receptores de televisión en España. Con este fin, se ha optado por emplear grupos de discusión y entrevistas individuales como instrumentos de aproximación a la realidad social. Son estos unos formatos cuya efectividad ya ha quedado demostrada en proyectos que son, según Lamuedra y Vázquez Medel (2013: 21), antecedentes *de facto* del trabajo que aquí presentamos: 1) el proyecto I+D nacional *¿Información, Formación y Entretenimiento?: Productores, televidentes y contenidos en TVE y la BBC: Estudio*

*Comparativo*, liderado por Agustín García Matilla y coordinado por María Lamuedra (García Matilla, 2005); y 2) *La Autonomía y el pluralismo de la nueva TVE: Contenidos de los informativos y percepciones de las audiencias*, un proyecto financiado por el programa de Consolidación de grupos de investigación URJC / Comunidad Autónoma de Madrid (Francescutti, 2007).

Robson (2011: 279-280) destaca la importancia de las entrevistas y grupos de discusión como métodos de investigación cualitativos en Ciencia Sociales, ya sea como único método de trabajo o en diseños multiestrategia. La filosofía que subyace al empleo de estos instrumentos como método de investigación suele ser la de la *grounded theory*: una estrategia sistemática pero flexible, que, según Robson (2011: 79), trata de generar una teoría a partir de los datos recopilados durante el estudio.

## 2.1. Organización de grupos de discusión y entrevistas

A pesar de la complejidad y del tiempo que conlleva la organización y transcripción de entrevistas presenciales, ya sean individuales o en grupo (Robson, 2011: 281), se optó desde el principio por esta alternativa por las numerosas ventajas que aporta, como pueden ser la posibilidad de modificar preguntas, seguir el hilo de respuestas interesantes, investigar las motivaciones; así como acceder a valiosísima información no verbal que emiten los sujetos:

“Face-to-face interviews offer the possibility of modifying one's line of enquiry, following up interesting responses and investigating underlying motives in a way that postal and other self-administered questionnaires cannot. Non-verbal cues may give messages which help in understanding the verbal response, possibly changing or even, in extreme cases, reversing its meaning”. (Robson, 2011: 280-281)

Cualquier investigador que haya empleado entrevistas o grupos de discusión como método de investigación conoce la complejidad del proceso de reclutar sujetos y organizar las sesiones. Esta dificultad es aún mayor cuando no se cuenta con financiación específica para remunerar de alguna forma la participación de los sujetos.

Para seleccionar a los sujetos que conformarían los grupos de discusión se siguieron las directrices establecidas en el proyecto de I+D+i del que forma parte este trabajo:

“En el caso del estudio de recepción, el presente proyecto combina las dos metodologías aplicadas con anterioridad: en primer lugar se realizarán los grupos de discusión necesarios para representar las diferentes posiciones sociales existentes en nuestro entorno, y que a priori, tendrían un discurso que tendería al consenso. Para ello, cada uno de los grupos tendrá homogeneidad interna, pero en conjunto, los grupos representarán distintas posiciones sociales por lo que deben contemplar las variables que estructuran a grandes rasgos la sociedad (sexo, edad, clase social, etc.), así como variables específicas relacionadas con los objetivos de la investigación. En nuestro caso, consideramos que las variables que a priori pueden resultar más significativas son las de edad y estatus social, aunque también prestaremos atención a la perspectiva de género. Por ello, consideraremos que todos los grupos deberán tener un número equilibrado de hombres y mujeres”. (Lamuedra y Vázquez Medel, 2013: 23)



Sobre este punto de partida, apareció una nueva hipótesis en torno a la idea de demanda de cambio social o, mejor dicho, de distintas demandas de cambio social. Los discursos de la crisis y movimientos como Democracia Real Ya, 15M o las corrientes que de ahí han surgido, han generado un proceso de toma de conciencia respecto de los servicios públicos y los medios. Para explorar si era así resultaba pertinente componer grupos según cuestiones relativas a variables ideológicas del tipo izquierda-derecha, activismo y contacto laboral con el servicio público. En esos grupos constatamos ciertas diferencias entre discursos situados a izquierda y derecha, pero al mismo tiempo una extensión de cierta conciencia crítica en torno a los medios, al menos entre los grupos con mayor nivel de formación. Por otra parte, se tratará de observar en qué medida esta tendencia se mantiene en grupos y sujetos menos formados; también en función de criterios demográficos como la edad, las procedencias geográficas, etcétera.

Además de estas directrices de trabajo se consideró oportuno que, en la medida de lo posible, los sujetos de cada grupo no se conociesen entre sí con tal de garantizar que se pudieran expresar libremente y sin cortapisas. Como consecuencia, se decidió que el formato de grupos de discusión se aplicaría únicamente en entornos urbanos, mientras que las entrevistas individuales se han empleado para sujetos de perfil rural o, en futuras entrevistas todavía por organizar, para aquellos perfiles que por sus peculiaridades específicas no sean factibles bajo el formato de grupos de discusión.

En la tabla 1 se resumen los datos de los grupos de discusión organizados hasta la fecha:

<b>Perfil genérico del grupo</b>	<b>Moderador(a)</b>	<b>Organización y notas</b>	<b>Lugar</b>	<b>Fecha</b>	<b>Duración de la sesión</b>	<b>Perfil de los sujetos</b>
Urbano Activistas	Concepción Mateos	María Lamuedra Manuel Broullón Elisa Alonso	Sevilla	06/03/2015	2'06	S1 S2 S3 S4 S5
Urbano Tecnófilos	Concepción Mateos	María Lamuedra	La Laguna	25/03/2015	1'53	S1 S2 S3 S4 S5 S6 S7
Urbano Empleados públicos	María Lamuedra	Concepción Mateos José García de Madariaga	Madrid	20/04/2015	1'43	S1 S2 S3 S4 S5 S6
Urbano Centro- derecha	María Lamuedra	Manuel Broullón Elisa Alonso	Sevilla	29/05/2015	1'57	S1 S2 S3 S4 S5 S6

Tabla 1. Datos sobre los grupos de discusión

Para la selección de candidatos se aplicó como norma general el siguiente procedimiento. En primer lugar, uno o dos miembros del grupo de trabajo contactaban con posibles sujetos a través de distintos medios (contactos personales, redes sociales, etc.). Posteriormente preseleccionaban algunos candidatos y comprobaban sus perfiles y su disponibilidad. Por adelantado se informaba a los candidatos, de forma somera, acerca de los objetivos generales de la investigación pero sin aportar datos específicos que pudieran sesgar la dinámica del grupo. Por último, una vez confirmado un grupo de entre 5 y 7 sujetos, se celebraba el grupo de discusión en algún lugar neutro como un centro cívico o una sala de usos múltiples. Todas las discusiones se registraban en audio al mismo tiempo que un observador tomaba notas y apuntaba el minutado de las intervenciones de cada uno de los miembros. Se ha preferido el registro del sonido por dos razones. Por una parte, por ser la imagen un recurso accesorio para nuestro trabajo. En segundo lugar, por la discreción de varias grabadoras de sonido en lugar de una cámara fija, lo cual implica una mayor mediación y una disposición del espacio más condicionada.

Como se ha indicado antes, en la composición de los grupos ha primado el principio de paridad entre sexos. De manera adicional, debemos señalar que la mayoría de los sujetos eran de nacionalidad española, aunque también han participado varios sujetos de otras procedencias aunque siempre con fuertes vínculos con el ámbito español.

Como se observa en la Tabla 1, el investigador encargado de seleccionar a los candidatos no actuaba como moderador de la sesión, ya que este no debía ni conocer de antemano la trayectoria personal de cada uno de ellos ni condicionar el horizonte de expectativas de cada una de las personas invitadas.

En la tabla 2 se resumen las entrevistas organizadas hasta la fecha que, como se ha indicado, se han realizado a sujetos de procedencia rural:

<b>Perfil genérico del entrevistado</b>	<b>Entrevistador(a)</b>	<b>Organización y notas</b>	<b>Lugar</b>	<b>Fecha</b>	<b>Duración de la sesión</b>	<b>Perfil de los sujetos</b>
Rural Jubilado	Manuel Broullón	Elisa Alonso	Cádiz	31/07/2015	30'	S1
Rural Empresaria	Manuel Broullón	Elisa Alonso	Cádiz	31/07/2015	45'	S2

Tabla 2. Datos sobre las entrevistas

La estructura tanto de los grupos de discusión como de las entrevistas individuales obedeció a la secuencia habitual descrita por Robson (2011: 284):

1. Introducción. Una breve aproximación por parte del moderador o moderadora, en donde se exponen someramente los motivos y objetivos de la entrevista, se garantiza la confidencialidad de los registros y declaraciones y se concede el permiso para grabar la sesión.
2. Calentamiento. Esta fase consiste en realizar preguntas que no supongan un desafío ni una amenaza para los entrevistados.
3. Cuerpo principal de la entrevista, siempre al hilo de los aspectos en los que el entrevistado se desenvuelva con más comodidad.

Las sesiones tanto de los grupos como de las entrevistas constituyeron un intercambio semiestructurado de puntos de vista e ideas entre los participantes en torno a una serie de temas previamente seleccionados por el grupo de investigación, es decir, en torno a uso y percepción de

televisión pública. A pesar de la existencia de una agenda establecida, el curso de la conversación modificó ligeramente el guión de preguntas inicial, enriqueciendo la propuesta de partida e incluso provocando revisiones periódicas de los guiones de cara a posteriores encuentros. Y es que, según Robson (2011: 280), esta es una dinámica habitual en las entrevistas semiestructuradas.

## 2.2. Recopilación de datos y análisis de grupos de discusión y entrevistas

Una vez transcritas de forma manual las grabaciones -tanto de los grupos de discusión como de las entrevistas individuales- se procedió al análisis, también manual, del discurso de los sujetos.

Como es sabido, para abordar la fase de análisis de entrevistas (ya sean individuales o en grupo), existen varias aproximaciones dentro del enfoque cualitativo. Según Ruiz Ruiz (2009 s/p), el análisis textual, en contra de lo que algunos puedan pensar, no consiste en resumir un discurso, más bien al contrario “se asemeja más a un despliegue: el resultado es una ampliación o multiplicación de la información, más que su reducción”. Se ha recurrido en este caso a dos técnicas de análisis semiótico que no son excluyentes sino compatibles entre sí: el análisis de contenido y el análisis formal.

“El *análisis de contenido* consiste básicamente en la descomposición o fragmentación del texto en unidades constitutivas para su posterior codificación según un sistema de categorías, generalmente preestablecido”. (idem).

La codificación, en palabras de Robson, es de suma importancia en el análisis cualitativo:

Gibbs (2007), in a very clear and accessible discussion, introduces it as [...] how you define what the data you are analyzing are about. It involves identifying and recording one or more passages of text or other data items such as the parts of pictures that, in some sense, exemplify the same theoretical or descriptive idea. Usually, several passages are identified and they are then linked with a name of that idea – the code. Thus all the text and so on that is about the same thing or exemplifies the same thing is coded to the same name (p. 38). (Robson, 2011: 474)

En este sentido, y de cara a la elaboración de una codificación pertinente, en nuestro análisis hemos tratado de incorporar tanto un análisis del contenido manifiesto (los temas o isotopías recurrentes en los parlamentos de los sujetos) como un análisis del contenido latente o implícito en el discurso (Ruiz Ruiz, 2009 s/p):

“Con el concepto de isotopía —proveniente de la física y de la química— Greimas aborda el problema —intratextual— de la coherencia en los discursos. [...] En principio, tanto el concepto de isotopía en Greimas como otras definiciones de coherencia y cohesión se basan en la existencia de redundancia, de reiteración o de repetición de elementos similares o compatibles”. (Lozano, Peña-Marín y Abril, 1982: 29-30)

Según (Ruiz Ruiz, 2009 s/p), en el análisis semiótico formal, se considera que “el sentido de los discursos no viene determinado por el lenguaje o, al menos, no de manera absoluta y definitiva”. Dentro del análisis semiótico, existen a su vez dos grandes corrientes: el análisis semiótico



estructural y el análisis semiótico formal. El análisis semiótico estructural aspira a “desvelar los códigos lingüísticos no evidentes, tratando de describir su lógica interna”, de manera que así hemos elaborado una codificación a partir de tres oposiciones categoriales: conocimiento/no conocimiento, uso/no uso, participación/no participación. Por su parte, el análisis semiótico formal centra su atención en los efectos de sentido del discurso en el plano de la enunciación. Así, por ejemplo, se presta atención a los recursos retóricos: los deícticos utilizados (yo, tú, nosotros, vosotros, aquí, allí, ayer, mañana...), los tiempos verbales, las modalidades que indican la actitud de duda, ruego, certidumbre, etcétera.

En definitiva, el análisis del discurso que hemos adoptado trata de incorporar tanto un análisis de contenidos manifiestos y latentes (para lo cual se han codificado las transcripciones mediante las tres categorías mencionadas), así como, cuando ha sido necesario, un análisis de tipo formal. Se sigue en definitiva, la propuesta metodológica prevista en el proyecto de I+D+i en el que se circunscribe este trabajo (Lamuedra y Vázquez Medel, 2013: 26) y que considera que el discurso

“es siempre la expresión de un sistema de relaciones que comprende el texto y que hay que deducir a partir de dos movimientos analíticos: por una parte la disección del texto en unidades de significado mínimas y por otro la búsqueda de relaciones que confieran al “texto” (en este caso, las entrevistas y conversaciones grupales) en función de las posiciones y oposiciones entre las unidades que lo componen, y a partir de las cuales cobran sentido”. (González Brito, 2009: 256)

## Resultados

Seguidamente, como resultado de la aplicación de la metodología de análisis que acabamos de exponer sobre los registros de los grupos de discusión y entrevistas, procederemos a examinar cada una de las categorías temáticas o isotopías que son objeto de estudio en este trabajo. A saber, conocimiento/desconocimiento, uso/no uso y, finalmente, participación/no participación. Siempre, y como corresponde al método empleado, teniendo en cuenta los matices y sutilezas que aparecen en los discursos concretos y que, en la medida de lo posible, serán recogidas mediante la cita textual de los fragmentos más relevantes.

Antes bien, conviene plantear una perspectiva general de las cuestiones y posiciones que los grupos de discusión y las entrevistas individuales suscitaron. Se observan las siguientes tendencias generales:

Del análisis del discurso de los sujetos (receptores) se pone de manifiesto la notable profusión y heterogeneidad de todo tipo de medios, soportes y géneros que utilizan diariamente para acceder a la información o como fines de entretenimiento.

Se observa una tendencia a la desconfianza hacia los medios en general y hacia productores en particular. En un primer nivel, y de forma previa a las dinámicas de remediación, la sospecha es una actitud generalizada que los sujetos tratan de paliar mediante el consumo de distintos medios: televisión, radio, prensa escrita, internet, etcétera.

Los receptores mantienen una idea fuerte de lo público en el nivel del /deber ser/, pero desconfían tanto del momento presente como del ente público tal y como, actualmente, viene funcionando.

Los receptores de perfiles jóvenes y urbanos dicen preferir la red tanto para informarse como para acceder al ocio; prácticas que, en ocasiones, satisfacen accediendo a los medios públicos. En lo que

se refiere a la información, por lo general e independientemente de las inclinaciones ideológicas manifestadas, todos estos sujetos sostienen que mediante la navegación les es posible contrastar informaciones y formarse una opinión propia. En este sentido se observa una tendencia hacia la expansión más que hacia la convergencia, al menos en el ámbito de la información.

Se percibe la brecha digital (Castells, 2003) entre los perfiles jóvenes y urbanos y los perfiles de más edad (especialmente jubilados) y de otros ámbitos. En este segundo grupo difícilmente conocen las posibilidades efectivas ni acceden a las segundas pantallas o a los medios interactivos. Sin embargo, la imagen que mantienen de aquello con lo que apenas han mantenido contacto aparece valorada como positiva.

Los sujetos con perfil activista plantean la imagen utópica de una sociedad sin periodistas, en la medida en que sea posible un empoderamiento desde los medios participativos y comunitarios.

Vistos estos vectores generales corresponde a continuación desarrollar, en lo específico, las isotopías detectadas en un mayor espectro de matices.

### **Conocimiento/desconocimiento**

En el contexto de la remediación o juego de fuerzas e influencias entre los medios, como tónica general, las dinámicas de expansión (dinámicas *ad ultra*) prevalecen sobre las de convergencia (dinámicas *ad intra*), en tanto que los receptores son hábiles usuarios y observadores curiosos pero espectadores silenciosos, al menos en lo que se refiere a la información frente a unos hábitos de ocio que sí suelen ser más interactivos. Ello debilita la imagen y la especificidad de la televisión como medio de comunicación, ahora inmerso entre otros muchos y en competencia con ellos.

Son los perfiles jóvenes y urbanos los que manifiestan un mayor conocimiento de los medios disponibles, de los géneros, formatos, soportes y sus posibilidades: “el 95% de las cosas que veo de televisión son a través de internet” (Sujeto 5, grupo Activistas). Ello, como ya se ha anticipado, pone de manifiesto la ubicación de la brecha digital en torno a los 65 años. Por encima de esta edad, los sujetos entrevistados o bien renuncian a entrar en contacto con las segundas pantallas y los medios interactivos o bien consideran que es suficiente informarse y contrastar las informaciones obtenidas mediante prácticas de consumo tradicionales. En esta línea prevalece la radio, sea como medio de fondo y acompañamiento, sea como primera fuente a la que acudir en caso de emergencia o interés por conocer una noticia de rabiosa actualidad. Sin embargo, no parece sencillo predecir cuál será la evolución futura de esta brecha digital, puesto que en las edades cercanas a la marca que hemos establecido en los 65 años parece que se perfila un incipiente acceso y un conocimiento motivado por el entorno inmediato de los propios sujetos:

“Entrevistador: ¿Usted es usuaria de internet habitualmente?

S2: Yo sí, pero en la medida que puedo, gracias a que una de mis hijas me trajo un iPad de Boston. Y yo con mi iPad soy la reina del mambo. Te lo aseguro. Que yo y le digo a mi amigo... y en la Wikipedia escribo... y me dicen todo lo que yo quiero saber y eso es una maravilla. Hombre, hay que estudiar y hay que formarse, pero incluso sin haber estudiado como es mi caso, ¡qué bien! [...] Yo todo me lo busco en mi iPad, que me encanta”. (Sujeto 2, entrevistas)

El tipo de pronombres utilizados son siempre posesivos (*mi*) y el tipo de sustantivos delatan un parentesco cercano (por ejemplo, *hija*), de manera que estos elementos nos indican unos lazos

familiares fuertes que predominan sobre otro tipo de lazos sociales efímeros como sucede con los sujetos del ámbito urbano.

En aquellos otros casos, sujetos que habitan el espacio urbano, el análisis semiótico de los discursos nos desvela otro tipo de lazos sociales efímeros, esto es, el lugar común que son las redes sociales en donde la identidad y el parentesco dejan de ser conceptos pertinentes. Ello se observa en la centralidad del *yo* mientras que los posesivos y los sustantivos tienden a diluirse en un *alguien* que se esconde o cuya identidad tiende a dejar de aparecer como elemento explícito: “la mayoría de lo que veo yo lo veo por internet. Y la mayoría de lo que veo es por recomendaciones de amigos, etcétera, casi siempre a través de Twitter y Facebook” (Sujeto 1, grupo Activistas). Si las informaciones consultadas tienden a aparecer representadas como encontradas en la plaza pública virtual que brindan las redes sociales, en donde se mezclan con todo tipo de mensajes y prácticas de ocio, la frecuente alusión a las recomendaciones de amigos y de contactos de este tipo de redes (lo cual crearía dos niveles enunciativos a tener en cuenta) reforzaría en última instancia las inercias y corrientes de opinión según la agrupación de discursos afines y la retroalimentación de las corrientes de opinión que observa la teoría del cultivo de George Gerbner (*cf.* Igartua, 2004, 197 y ss.):

“Con internet, la TV ya no es lo mismo que antes. Uno puede decidir, dentro de la gran variedad que tiene, lo que quiere ver, según sus ideas y valores. La TV hará también eso al final, irá por tendencias, no por generalistas. Al final, cada uno va a ir a ver lo que quiera, donde sabe que lo conseguirá”. (Sujeto 1, grupo Activistas)

En definitiva, al menos en lo que se refiere al conocimiento de las posibilidades de acceso, llama la atención que los receptores desconozcan los textos normativos y las formas de participación reguladas por los documentos legales. Incluso se sorprenden cuando se les informa de la existencia del *derecho de acceso*: esta es una tendencia general. Ello desplaza el debate hacia un campo semántico concreto, el de lo tecnológico, organizado en torno al pronombre *yo*; en detrimento del campo semántico de la ciudadanía y de la participación democrática y de los pronombres en plural. Esta cuestión, a pesar de todo y como se verá más adelante, parece que se rescata entrando por otra puerta en los discursos de los grupos de activistas y tecnófilos en cuanto empiezan a desarrollar los argumentos que sustentan sus usos y prácticas de consumo, a menudo mezclados con el /deber ser/ de lo público, de la sociedad, y de los medios de comunicación.

### Uso/no uso

La oposición uso/no uso, en un principio, dejaría excluidos a los que se encuentran en la posición ausente de la negación. Sin embargo, y como se ha mostrado en el apartado precedente, es interesante observar que los perfiles que admiten conocer de oídas la existencia de estas herramientas pero prefieren la emisión *broadcasting* por medio del soporte convencional, que son justamente los que ponen de manifiesto la persistencia de la brecha digital, connotan y vinculan esta tecnología con valores positivos:

“S2: Internet para mi es una maravilla, eso es una ventana abierta al mundo. Si quiero ver Italia, que el otro día estuve allí: “voy a ver los sitios donde he estado”.

Entrevistador: Entonces, ¿le gustaría por ejemplo que TVE tuviera una aplicación para iPad en la que pudiéramos hacer una búsqueda “quiero ver tal” y aparecieran todos los programas?

S2: ¿Ah sí? Claro, eso sería una maravilla, eso me encantaría a mí”. (Entrevista individual, S2)

Del otro lado, y en la misma línea, el uso se conecta a menudo con el discurso celebrativo de la no linealidad: “la TV por internet está cambiando eso, el hecho de que uno pueda elegir lo que quiera ver lo cambia todo” (Sujeto 2, grupo Activistas). Dicho discurso llega hasta la conciencia de estar asistiendo a un antes y un después incluso en la definición de la televisión pública: “yo es que creo que está muriendo la televisión pública. O sea, a para mí la televisión tradicional está *out*, cada uno elige los contenidos que quiere ver” (Sujeto 1, grupo Centro-Derecha). Para estos usuarios, seguir la televisión a través de las segundas pantallas supone una respuesta efectiva y, hasta cierto punto, definitiva ante un deseo explícito de libertad de movimiento, tanto en lo que se refiere a los hábitos informativos como en el consumo de ocio:

“Coges y dices “yo quiero ver”; y como casi todas las teles ya son *Smart TV* puedes poner Google y ver la selección de contenidos que tú quieras, al final es más videoclub que autoservicio... Entonces ese hábito entiendo que estará cambiando. Yo ya no pongo la tele a ver lo que hay y si no tal, pongo contenidos en lo que sea. Incluso uso el teléfono, controlar la televisión a través del ordenador...”. (Sujeto 5, grupo Centro-Derecha)

“Voy buscando, ya te digo, el escaneo que realizo, que no me dirijo a una sola fuente, evidentemente. Sino que escaneo varias informaciones. Por ejemplo, si entramos ya en Televisión Española prácticamente lo que miro es el 24 Horas. En el aspecto informativo, ya Radio 2 porque claro... la página... Es que yo tengo incluso la aplicación en el *smartphone* que hay una aplicación de RTVE. Entonces esa aplicación te da acceso a la radio y a lo otro. Utilizo los servicios de *podcast* en la radio, Radio 2 fundamentalmente. Y en televisión me interesa prácticamente la parte informativa del 24 Horas como un termómetro, para ver cómo está, digamos, el oficialismo del sistema. Ya luego me dirijo a otros sitios, claro”. (Sujeto 2, grupo Tecnófilos)

También, aunque de manera más bien implícita, aquellos sujetos que afirman no consumir televisión tradicional a través del soporte tradicional parecen pretender diferenciarse del resto, como si el hecho de utilizar segundas pantallas fuera un signo distintivo de cierto prestigio social o distinción cultural: una capacidad de discernimiento intelectual entre contenidos y valores positivos y contenidos y valores banales:

“Tanto en la radio como en la televisión la situación es paupérrima. La programación de tarde ha caído en calidad de una forma horrible [...]. Consumo poquísima televisión, en todo caso estos canales temáticos que han ido surgiendo a través de servicios de telefonía, de tipo *TCM*, suelen ser de cine o documentales o informativos. Entonces sí, me informo por aquello de practicar los idiomas, alguna lengua extranjera tipo la *BBC* u otro canales en francés; también de vez en cuando veo algún telediario pero bastante poco... suelo recurrir más a la radio”. (Sujeto, 6 grupo Centro-Derecha)

Esta no linealidad, no obstante, no aparece entendida como la definitiva toma de la Bastilla de la programación televisiva. Aunque la valoración del conocimiento y del uso es siempre positiva, pero prevalece siempre el discurso de la sospecha. La sospecha continuada y persistente de que los intereses de ese *yo* que aspira a moverse con libertad por la red de redes no coinciden con aquellos

que marcan los medios; también la acusación implícita de manipulación. De aquí se desprende una reacción general y hasta compulsiva: la necesidad y hasta obligación de contrastar. Contrastar a toda costa para acceder a una cierta idea de verdad. Así es que, como consecuencia de la superabundancia de itinerarios y de medios, los sujetos en ocasiones evidenciaban cierto hastío o intoxicación, como se pone de manifiesto en el Grupo de Centro-Derecha:

“Sujeto 5: ¿Pero informado de qué? hay un 90% de las cosas que no me interesa. La información que recibo de todos lados no me interesa casi nada. Entonces por eso voy a medios alternativos. La televisión es basura y entonces ¿información de qué? Lo que más veo realmente es fútbol. No veo la tele excepto el fútbol, que sí lo veo”.

En este punto, resulta interesante observar cómo estos hábitos de información y de ocio, híbridos y relanzados por ese deseo de libertad de movimiento, se movilizan en torno al pronombre *yo*, el cual ordena sus prioridades y establece toda una escala de valores que difiere de las preferencias y valores hacia los que se orientan otros sujetos incluso de perfiles similares:

“Sujeto 6: Yo todo lo contrario, el fútbol, o sea, los miércoles cuando todas las radios a nivel nacional emiten el fútbol me parece poco menos que indignante en ese sentido, parece que se detiene al mundo por eso. Sin embargo, también es verdad que hay una cierta saturación de información. Hace poco hice una limpieza en Twitter de todos los tipos de periódicos, prensa extranjera y nacional, dejé de suscribirme por completo, porque mi muro en Twitter era una saturación tan tremenda que llega un momento en el que no te informas, te produce todo lo contrario, dejas de hacer información porque te inunda por completo”.

Dicha centralidad del valor personal y del libre recorrido implica la organización de un espacio y de un tiempo para seleccionar las prioridades, decidir a dónde acudir y planificar los hábitos. Sin embargo, es un hecho que los itinerarios que los usuarios siguen están sujetos a inercias e impulsos afectivos difícilmente verbalizables. Es en este punto en donde aparece la idea de la responsabilidad, orientada desde el discurso de la educación asociado al valor positivo de la interactividad, el cual ordenaría y jerarquizaría los demás valores hacia los que se orienta el sujeto: “para que esto funcione, necesitamos ser muy interactivos, participando. Si delegamos, no hay posibilidad alguna...” (Sujeto 5, grupo Activistas). De este modo y, en este punto, el debate se desplaza (o más bien se transforma) desde la oposición uso/no uso hacia la oposición participación/no participación.

### **Participación/no participación**

Conviene precisar cuál es la idea de participación que los sujetos mantienen y en ocasiones comparten, o bien desde la que difieren. Para la mayoría de los sujetos, la noción de participación se encuentra detrás del discurso de lo que los medios de comunicación (en donde solo en ocasiones aparece mencionado lo público) debería ser en tensión con un estado de cosas, con una situación actual, en la que se disparan las alarmas y se extreman las precauciones con respecto a los mensajes que los medios hacen circular por el espacio virtual:

“Me da la impresión de que lo que se pretende no es informar sino captar la atención. El morbo... es que atenta contra la dignidad de las personas. Les da igual informarte o desinformarte, quieren audiencia”. (Sujeto 4, grupo Centro-Derecha)



“Yo no creo que haya un plan perverso; más bien creo que hay una tendencia a que lo que ya existe, se consolide. Recuerdo un ejercicio de un profesor que nos preguntaba si tuviésemos que armar un medio de comunicación, cómo y dónde lo haríamos. Pues en los lugares donde ya están los medios dando la noticia, es decir, en los centros de poder. ¿Esto qué quiere decir? Que por supuesto los medios de comunicación y el poder económico están conectados, pero no para un plan conjunto de manipulación, sino que es muy difícil salirse de los lugares que ya son considerados por ellos importantes y en donde están instalados, donde ya hay una inercia”. (Sujeto 3, grupo Activistas)

Dicho punto de vista es muy interesante, puesto que se alejaría de las teorías de la conspiración y de la imagen de que los poderes económicos ponen en marcha una voluntad de manipulación al tiempo que plantea un estado de cosas en el que la participación es imposible por los canales establecidos, retroalimentando así la necesidad de contrastar y generando itinerarios propios de manera individual. Sin embargo, conviene advertir de que esta cita textual que hemos seleccionado para hacer de contrapunto es una opinión que contrasta con un acuerdo más o menos unánime: el poder se vale de los medios para llevar a cabo sus propios intereses, de modo que persiste la opinión de que los espacios de lo privado se desplazan hasta usurpar el espacio de lo público negando la posibilidad de participación y emplazando a los receptores de los medios en el huerto particular de sus propios intereses. Todo ello, en consecuencia, e incluso teniendo en cuenta los matices, desviaría la balanza hacia el lado de la negación de una participación efectiva y real a través de los medios de propiedad pública, puesto que el valor de la libertad no estaría asociado al espacio de lo público sino a la libre navegación por unos medios expandidos.

Superado el debate de las sospechas, o más bien llevándolo hasta su extremo, el grupo de activistas y el grupo de tecnófilos llegaron a desarrollar con mayor profundidad la idea de participación como la capacidad de agencia de cualquier ciudadano a través de un medio. Sin embargo, estas formas de agencia nunca aparecen representadas como el desarrollo o la reivindicación de los conceptos de “servicio público” o “derecho de acceso” presentes en los textos legales, los cuales una vez descubiertos quedan considerados como una vía difícilmente practicable.

Por último, hemos observado que en el grupo activistas y en el grupo tecnófilos existe, al menos en forma de deseo, una imagen intermedia: la de los medios comunitarios que bien podrían valerse de los canales y formatos de la televisión expandida y de la televisión convergente para hacer valer sus propios mensajes, siempre en paralelo o en sustitución de los medios públicos y privados:

“Yo creo que deberíamos aportar un tercer tipo de medios de comunicación: los medios comunitarios. Allí es donde podríamos aportar como ciudadanos, y ellos respondernos a nosotros, los ciudadanos. Sería una vinculación directa entre los ciudadanos y los medios”. (Sujeto 3, grupo Activistas)

“El pescado está vendido. Sin embargo es verdad que hay otras opciones alternativas que rompen con esa agenda pero que son claramente minoritarias. Yo pienso que la mayoría de la gente aunque utilice internet, sigue estando supeditada a esa agenda oficial. Lo que ven es tal vez alguna versión un poco modificada, pero sobre eso. Es decir.... otras opciones ya habría que ir a cuadernos de bitácoras, o blogs. O hasta medios alternativos como *Rusia today* o *Hispan Televisión*. Que sí ya plantearían... por ejemplo... *Venezuela Tv, Telesur*”. (Sujeto 2, grupo Tecnófilos)

Dicha propuesta, por tanto, vendría a manifestar una actitud pesimista hacia lo público como espacio de participación, o al menos como espacio de escasa participación frente a la idea, más o menos compartida, del empoderamiento, la cual nunca llega a situarse ni dentro ni fuera de lo público, sino como la realización de la isotopía de la interacción como valor predominante.

## Conclusiones

Una vez que hemos analizado los discursos de los sujetos de nuestro estudio (receptores de televisión en España) y, de acuerdo con nuestros objetivos, seguidamente apuntaremos algunas conclusiones de este trabajo. Como se explica en el apartado metodológico, al ser este trabajo cualitativo, no se pretende extrapolar los resultados del mismo al conjunto de los receptores en España. No obstante, dado el rigor que se ha empleado para la selección de sujetos, consideramos que los discursos de estos receptores podrían apuntar una serie de tendencias a las que es conveniente prestar atención.

En primer lugar, en el contexto tecnológico y discursivo de la remediación, en el que la televisión y el medio cibernético pugnan por imponerse el uno sobre el otro, el receptor como institución se convierte en caballo de batalla y en figura estratégica en el centro de una teoría del valor regida por la interacción. En esta coyuntura, en los discursos de los receptores se observa una cierta prevalencia de las dinámicas de *expansión* (la televisión y sus productos en contacto y diálogo con otros medios y mensajes), frente a la *convergencia* (la inclusión del medio cibernético en la ahora más que nunca cuestionable linealidad de la programación televisiva).

Dicha tendencia al uso extensivo de una televisión expandida se observa en todos los sujetos hasta llegar a la franja de los 65 años, en donde persiste la brecha digital. Aun así, se ha observado que incluso quienes o no conocen o no participan de estas dinámicas de la televisión expandida, asocian un valor positivo a la idea de interactividad que el medio cibernético debería proporcionar.

En segundo lugar, y como consecuencia del fenómeno de la remediación, se observa una cierta confusión sobre la definición y los límites entre medios, soportes, géneros y formatos. En la medida en que los receptores tienden a mostrar una imagen confusa a la hora de referirse a los productos comunicativos que consumen, estudiar y tratar de acotar la definición de conceptos como *medio*, *soporte*, *género* o *formato* supone un reto y una línea de trabajo de interés para próximas investigaciones.

En tercer lugar, se observa un ecosistema marcado por la heterogeneidad y la heterodoxia, que provoca una tendencia casi compulsiva a la desconfianza respecto a los medios y sus productores, siempre con el doble fondo de una sospecha generalizada hacia los actores políticos y económicos. Como posible solución se pone en juego el cotejo: la necesidad de contrastar como un horizonte de responsabilidad individual en las prácticas y rutinas de consumo cotidianas.

Se observa que los motivos que subyacen a la inercia hacia el cotejo son ciertos valores sancionados positivamente como pueden ser la libertad (elegir contenidos, tiempos, etcétera) y una cierta idea de empoderamiento (sensación de *controlar* el medio y poder elegir), sea como signo de distinción social o cultural (diferenciarse del *resto* que consume televisión tradicional), o bien como un deseo de acceder a una idea fuerte de verdad, concepto que se presupone a una estructura del mundo empañada y enmarañada por la sospecha. En este último caso, implícitamente, aparece una percepción peyorativa de la televisión frente a una valorización positiva de los medios que la remedian.

En cuarto lugar, la actual tendencia en televisión (sobre todo en televisión por internet) tiende a crear una especialización a nivel de contenidos, por ejemplo en la organización y preferencia de los canales temáticos, más allá de crear un espacio de participación. Ello, sin embargo, podría tener como consecuencia la fidelización de receptores en función de sus intereses (deporte, cocina, viajes, etc.) que por otra parte entrarán necesariamente en conflicto según los valores subsidiarios que los sustenten.

En quinto lugar, lo sujetos en general, incluso los activistas, no parecen ni visualizar ni albergar esperanzas sobre el futuro en lo que se refiere a la apertura y al acceso a mayores esferas de participación para la ciudadanía en los medios televisivos de propiedad pública. Si bien se observa un completo desconocimiento del marco legal que regula a los medios públicos, la única excepción a esta tónica general surge del discurso de los activistas y tecnófilos en torno a la posibilidad de que existan medios comunitarios que, sin embargo, no aparecen ubicados de forma clara ni en el espacio de lo público ni en el del sector privado, sino como una tercera vía que habría que conquistar.

Todos los elementos observados plantean isotopías particulares, zonas de debate, estudio y discusión, en las que convendría profundizar por separado para poder llegar a formular propuestas concretas en el futuro derivadas de la actividad investigadora, como es intención del proyecto al que se adscribe este trabajo. Somos conscientes, por otra parte, de que estos resultados permiten vislumbrar unas conclusiones parciales con respecto a los ambiciosos objetivos planteados en el apartado metodológico. Al tratarse de una aportación a un proyecto mayor, esperamos poder perfilar y ampliar horizontes en sucesivas etapas de la investigación. En todo caso, lo cierto es que parece que internet le está dando una nueva vida a la televisión. Esto es, el medio cibernético está re-mediando a la televisión, produciendo una pervivencia del medio o al menos proporcionándole una segunda vida en los términos y retos que a esta se le plantean en las dinámicas de expansión, convivencia y diálogo con otras prácticas y necesidades surgidas ante las demandas de cambio social.

**\*Investigación financiada.** Este artículo forma parte del proyecto de I+D+i “Dinámicas de relación ante el cambio social: contextos, contenidos, productores, público y prousuarios en las noticias de TVE e YLE” ([CSO2013-45470-R](#)). Investigadores principales María Lamuedra Graván y Manuel Ángel Vázquez Medel. Universidad de Sevilla. Convocatoria Retos-Colaboración del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad, en el marco Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016. Financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad de España y los Fondos Feder de la Unión Europea.

## Referencias bibliográficas

AIMC (2012): “La Televisión: Tradicional vs Online”, el estudio de AIMC que muestra el comportamiento diario de los telespectadores tanto en el soporte tradicional como en el online”, 1 de marzo: [www.aimc.es/La-Television-Tradicionalsvs.1050.html](http://www.aimc.es/La-Television-Tradicionalsvs.1050.html)

BOE (2006): “Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal”. Texto consolidado con la última modificación de 21 de abril de 2012. BOE, núm. 134, de 6 de junio de 2006; recuperado el 20 de noviembre de 2015, de [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2006-9958](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2006-9958)

DJ Bolter y R Grusin (2011): “Inmediatez, hipermediación, remediación”, en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 16. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, páginas 29 a 57;

recuperado el 20 de noviembre de 2015, de  
<https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/36986>

D Bordwell (2009): "Now leaving from platform 1", en *David Bordwell's website on cinema*, University of Wisconsin – Madison, agosto: <http://www.davidbordwell.net/blog/2009/08/19/now-leaving-from-platform-1/>

J Callejo, M Lamuedra y A García Matilla (2010): "El agujero negro en el sistema español de comunicación mediado: el servicio público". En J. Retis, M. M Lamuedra y A García Matilla, *Los informativos diarios en BBC y TVE*. Madrid: Ediciones de la Torre.

M Castells (2003): *La Galaxia Internet*. Barcelona: Debolsillo.

M Cebrián (2004): *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con internet*. Barcelona: Paidós.

M Francés i Domenech (2009): *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital*. Barcelona: Gedisa.

A García Matilla (2005): *¿Información, Formación y Entretenimiento?: Productores, televidentes y contenidos en TVE y la BBC: Estudio Comparativo*. Proyecto I+D nacional (SEJ 2005-02060).

LP Francescutti (2007) *La Autonomía y el pluralismo de la nueva TVE: Contenidos de los informativos y percepciones de las audiencias*. Programa de Consolidación de grupos de investigación URJC/Comunidad Autónoma de Madrid (URJC-CM-2007-CSH-1683).

J Gutiérrez Brito (2009): Introducción a la lógica de análisis del discurso. En J. Callejo (Coord.), *Introducción a las técnicas de investigación social*. Editorial Universitaria Ramón Areces: Madrid.

J Habermas (2006): *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida privada*. Barcelona: Gustavo Gili.

JJ Igartua (2004): *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

H Jenkins (2008): *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

M Lamuedra (coord.) et al. (2012): *El futuro de la televisión pública. La necesaria alianza con la ciudadanía*. Madrid: Editorial Popular.

M Lamuedra y M Á Vázquez Medel (2013) "Dinámicas de relación ante el cambio social: contexto, contenidos, productores, público y prousuarios en las noticias de TVE e YLE". Memoria científico técnica. Convocatoria de ayudas a Proyectos de I+D+i «Retos investigación». programa de i+d+i orientada a retos de la sociedad 2013.

J Lozano, C Peña-Marín y G Abril (1982): *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra.

MJ Montpetit (2009): "Your content, your networks, your devices: Social networks meet your TV Experience", en *CM Computers in Entertainment*, 7(3), páginas 3-34.

C Robson (2011): *Real World Research. A Resource fo Users of Social Research Methods in Applied Settings*. Chichester (Reino Unido): Wiley.

RTVE (s.f.) *Cachitos de Hierro y Cromo*, <http://www.rtve.es/television/cachitos/>

RTVE (s.f.) +TVE, <http://www.rtve.es/television/mas-tve/>

J Ruiz Ruiz (2009): “Análisis sociológico del discurso: métodos y lógicas” en *FQS*, 10(2); recuperado el 20 de noviembre de 2014, de <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1298/2776>

M Urretavizcaya (2008): *La nueva televisión digital en el universo multimedia*. San Sebastián: Universidad de Deusto.

R Vinader Segura y E de la Cuadra Colmenares (2012): “Televisión 2.0.: estrategias comunicativas en la Web social”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(2). Madrid: Universidad Complutense de Madrid, páginas 909-918, recuperado el 20 de noviembre de 2015 de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/40969>. DOI: 10.5209/rev\_ESMP.2012.v18.40969

## Notas

[01] Algunos ejemplos paradigmáticos de remediación son las adaptaciones al cine de novelas clásicas, las adaptaciones de las tradicionales enciclopedias a formato CDRom, la incorporación de elementos de una pintura en otra, o el préstamo de historias ilustradas de la Biblia (Bolter y Grusin 2011: 50-53).

---

### Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

E Alonso, M A Broullón-Lozano , M Lamuedra-Graván (2016): “Análisis empírico de las dinámicas de remediación entre televisión e internet en España: discursos de receptores”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 160 a 196.

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1090/10es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2016-1090](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1090)

- En el interior de un texto:

... E Alonso, M A Broullón-Lozano , M Lamuedra-Graván (2016: 179-196)...

Artículo recibido el 7 de diciembre de 2015. Aceptado el 4 de febrero.

Publicado el 14 de febrero de 2016.