

**Director**

Edgar P. Jaramillo S.

**Gestión de Medios**

Eugenia Ávalos V.

**Publicaciones**

Raúl Salvador R.

**Editor**

Pablo Escandón M.

**Consejo Editorial**

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco R.

**Portada, diseño  
y diagramación**

Mayra Cajilema C.

**Chasqui es una publicación del  
CIESPAL**

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas  
de Comunicación y Cultura<http://www.felafacs.org/rederevistas>Red de Revistas Científicas  
de América Latina y el Caribe  
en Ciencias Sociales y Humanidades  
<http://redalyc.uaemex.mx>**Impresión**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

**CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

Presidente  
 Víctor Hugo Olalla P.  
 Universidad Central del Ecuador

María Isabel Salvador  
 Ministra de Relaciones Exteriores, Comercio e  
 Integración

Raúl Vallejo C.  
 Ministro de Educación

Héctor Chávez V.  
 Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Saguier C.  
 Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton  
 Comisión Nacional de UNESCO  
 para los países andinos

José Camino C.  
 Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.  
 Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Yolanda León T.  
 FENAPE

Edgar Jaramillo S.  
 Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6149 - 250-6148  
 Fax (593-2) 250-2487

web: [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)  
[www.chasqui.comunica.org](http://www.chasqui.comunica.org)  
 weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

Apartado Postal 17-01-584  
 Quito - Ecuador  
 Registro M.I.T., S.P.I.027  
 ISSN 13901079

	Pág.		Pág.
<b>Páginas de grandes periodistas</b>		Democracia, cultura y tecnología	
Una doncella		Ejes de las políticas de comunicación	
<i>Mario Vargas Llosa</i> .....	6	<i>Marcial Murciano</i> .....	40
<b>Portada</b>		Nueva especialización periodística	
España		Prevención informativa	
La televisión digital terrestre		<i>Fabiana Feijoo</i> .....	46
<i>Fernando Sabés Turmo</i> .....	8	Ventanas de ocio	
Tañen las campanas		Televisión y videojuegos	
Por la televisión análoga		<i>Carmen Marta Lazo y José Antonio Gabelas...</i>	50
<i>Raúl Sorrosa</i> .....	14	Kindle	
Televisión móvil		¿El lector de eBooks de referencia?	
En la sociedad de la ubicuidad		<i>José Luis Noriega</i> .....	56
<i>Octavio Islas</i> .....	18	Sentido y emoción	
<b>Opinión</b>		Fotografía documental	
Transición digital		<i>Armando Salazar</i> .....	60
Nuevos problemas, nuevos conceptos		<b>Prensa</b>	
<i>Mario Nieves</i> .....	22	Colaboración ciudadana	
<b>Ensayos</b>		Los no periodistas en los medios digitales	
Huelga de guionistas		<i>Paco Olivares</i> .....	66
El lápiz caído		<b>Comunicación Organizacional</b>	
<i>Liliana Castañeda</i> .....	26	Gestión del conocimiento	
Conflicto colombiano		Uso de los recursos de la Web 2.0	
El multimedia marca la importancia		<i>José Miguel Flores</i> .....	74
informativa		<b>Periscopio Tecnológico</b>	
<i>Bárbara Yuste y Pablo Escandón M.</i> .....	32	<b>Bibliografía</b>	
		<b>Actividades del CIESPAL</b>	
			82
			84
			90



<http://www.flickr.com/photos/gne?id=19622183&size=l>  
por Josh Bancroft

Televisión móvil:

# En la sociedad de la ubicuidad

**Octavio Islas**

Mexicano, director de la cátedra Dirección Estratégica y  
Cibercultura del Instituto Tecnológico de Monterrey.  
[joseoctavio.islas@gmail.com](mailto:joseoctavio.islas@gmail.com)

**Comprender a la televisión como un  
medio remediado por Internet**

En ecología de medios, el concepto "remediación" permite explicar la evolución de los medios de comunicación y, por supuesto, la evolución de las tecnologías. La "remediación" por lo menos admite dos interpretaciones en ecología de medios.

La ecología de medios (*Media Ecology*), conocida también como "Escuela de Toronto", "Escuela de Nueva York", o "Escuela de San Luis", parte del pensamiento de Marshall McLuhan y se enriquece con las contribuciones teóricas de reconocidos intelectuales -principalmente estadounidenses-, como Neil Postman, Joshua Meyrowitz, Paul Levinson, Harold Innis, Walter Ong, Lewis Mumford, Jacques Ellul, Elizabeth L. Eisenstein, Eric Havelock, Edmund Carpenter, Jack Goody, Robert K. Logan, James W. Carey, Jay David Bolter y Lance Strate, entre otros. De acuerdo con Postman: "La ecología de los medios analiza cómo los medios de comunicación afectan la opinión humana, la comprensión, la sensación, y el valor; y cómo nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia. La palabra ecología implica el estudio de ambientes: su estructura, contenido e impacto en la gente" (Citado en el sitio web de la Media Ecology Association. Véase: [http://www.media-ecology.org/media\\_ecology/](http://www.media-ecology.org/media_ecology/) Fecha de consulta: 11 de

febrero de 2008). Entre las distintas escuelas o corrientes de las ciencias de la comunicación que se han ocupado de analizar de forma integral el proceso de la comunicación, la ecología de medios se distingue por conceder particular énfasis al estudio de las tecnologías y los ambientes comunicativos. La Media Ecology admite ser definida como una metadisciplina que se encarga del estudio de un conjunto complejo de relaciones o interrelaciones entre símbolos, los medios y la cultura. La palabra "ecología" implica el estudio de los ambientes y sus interrelaciones: contenido, estructura, e impacto social. Un ambiente mediático es aquel que deriva de las interrelaciones entre el hombre y las distintas tecnologías de comunicación como: Libros, Radio Televisión, Internet... La ecología de medios estudia las técnicas, modos de información y códigos de comunicación como parte principal de un ambiente interrelacionado que proyecta diferentes efectos en un contexto determinado.

En el libro *The Soft Age*, Paul Levinson empleó el término "medio remedial" para describir cómo nuestras sociedades utilizan un medio para reformar o mejorar a otro. De acuerdo con Levinson, en un esfuerzo del cual no siempre somos conscientes, intentamos hacer que los medios se parezcan más al hombre. Los medios no evolucionan por una selección natural sino por una elección humana. El medio que mejor evoluciona es aquel que se ajusta más a las diversas necesidades del hombre. El proceso de remediación de los medios de comunicación sintetiza la adecuación dialéctica que permite a los medios de comunicación "imitar" las facultades u órganos del ser humano.

Jay Bolter y Richard Grusin, en el libro *Remediation: Understanding new media*, emplean el concepto remediación para describir las relaciones formales de interdependencia cultural que existen entre dos o varios medios, argumentando que en las primeras líneas de *Comprender a los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*, Marshall McLuhan afirmó que el contenido de todo medio es otro medio. Para los autores, Internet es un nuevo medio remediador pues asimila a los medios que le antecedieron. El contenido de Internet son los medios que le antecedieron.

Mediante profundas y complejas remediaciones, la televisión, en principio una tecnología sin

aparente destino, fue siendo transformada hasta afirmarse como el principal medio de información y de entretenimiento de las "sociedades de la Segunda Ola", tal como señala el destacado futurólogo Alvin Toffler: "el medio de comunicación más poderoso y masificador ha sido, evidentemente, la Televisión" (1980:167).

Entre las principales remediaciones que ha resentido la televisión es posible destacar las transmisiones en color, los enlaces satelitales, la incorporación de sistemas VCR, la introducción de los sistemas de televisión por cable, la adopción de modalidades de acceso restringido, el desarrollo de la industria de los videojuegos, la introducción del control remoto, la televisión digital, la alta definición (HDTV), el formidable desarrollo de Internet, "el medio de comunicación inteligente", y la telefonía celular.

En *Ser Digital*, Nicholas Negroponte anticipó que la más profunda remediación de la televisión correría a cargo de Internet. La televisión del futuro -afirmó-, será la PC" (1996: 67). De acuerdo con este autor, el futuro de la televisión:

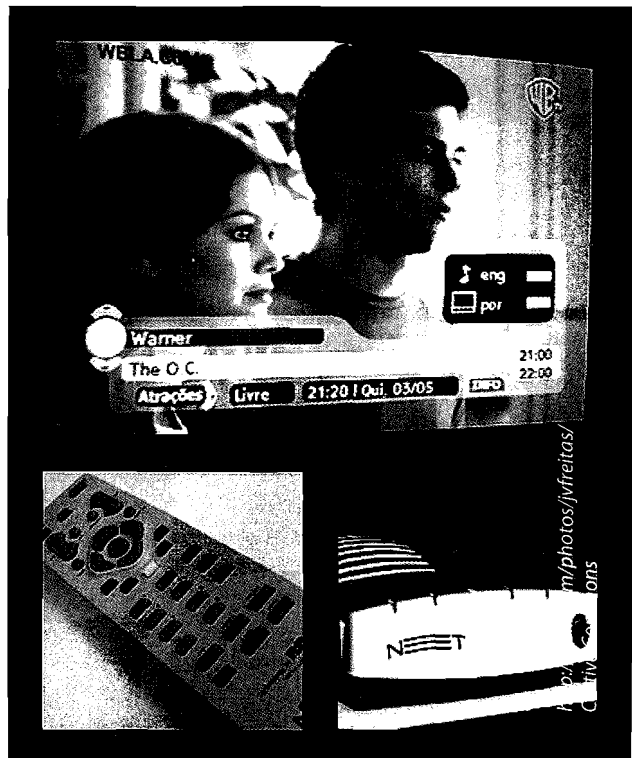
"es dejar de pensar en la televisión como televisión. El mayor beneficio para la TV se logrará considerándola en términos de bits (...) El noticiero de las ocho no sólo podrá serle enviado cuando lo desee, sino que podrá ser editado especialmente para usted.

Si quiere ver una película con Humprey Bogart a las 20:17 hrs, la empresa telefónica se la podrá suministrar a través de su par telefónico. Cuando mire un partido de béisbol, podrá hacerlo desde cualquier asiento de la tribuna o, si lo desea, desde la perspectiva de la pelota (de béisbol). Estos son los cambios que introducirá en la televisión la técnica digital, en contraposición con la propuesta de ver el programa de mayor audiencia con el doble de definición actual. Cuando la televisión sea digital, tendrá muchos nuevos *bits*: los *bits* que le dan información sobre los demás *bits*. Estos *bits* podrán ser simples informadores sobre la resolución, la velocidad de exploración o barrido o la relación entre la altura y el ancho de la pantalla para que su televisor pueda procesar y reproducir la señal a su capacidad plena. Estos *bits* podrán ser el algoritmo decodificador que le permita ver alguna señal extraña o críptica, combinada con el código de barras de una caja de cereales. Los *bits* podrán provenir de una docena de bandas de sonido, que le permitirán ver una película extranjera doblada en su propio idioma. Los *bits* podrán ser los datos de control para un pulsador que le permitirá cambiar la clasificación de los programas, según su contenido.

El televisor actual le permite controlar el brillo, el volumen y el canal. El televisor de mañana le permitirá cambiar el contenido de sexo, violencia y tendencia política. La mayoría de los programas de televisión, con excepción de los eventos deportivos y de los resultados electorales, no necesariamente deben ser transmitidos en directo, lo cual es crucial para la televisión digital y un hecho por lo común ignorado. Esto significa que la mayor parte de la televisión es como descargar una computadora. Los *bits* son transferidos a una velocidad que no incide en la forma que son visualizados. Lo más importante es que, una vez que estén en la máquina, no hay necesidad de mirarlos en el orden en que hayan sido enviados. De la

noche a la mañana, la televisión se puede convertir en un medio al que se puede acceder en forma aleatoria, como un libro o un periódico, hojeable e intercambiable y ya no dependiente de una hora o un día determinado, ni del tiempo que lleva el envío de datos" (Negroponte. 1996:67).

Negroponte anticipó los servicios "en demanda", fundamentales en el desarrollo de la "sociedad de la ubicuidad", pero no advirtió que los teléfonos celulares podrían jugar un importante papel en la remediación de la televisión.



### La sociedad de la ubicuidad y la televisión móvil

El 5 de octubre de 2004, en el acto inaugural del CEATEC 2004, Kunio Nakamura, presidente de *Matsushita Electric Industrial Co.* -corporativo del que forma parte *Panasonic*-, dictó la conferencia magistral de tan importante feria tecnológica.

*El CEATEC es la feria anual en la cual las principales firmas de la industria de la electrónica avanzada y de telecomunicaciones del Japón, principalmente, pero también algunas importantes firmas asiáticas*

*-Samsung, por ejemplo-, presentan productos que próximamente introducirán al mercado. En la feria de 2004, lo más destacado fueron las exhibiciones sobre blu-ray.*

Nakamura tituló su discurso "Creando la sociedad de la ubicuidad en Japón, una nación creada en la tecnología". La sociedad de la ubicuidad -señaló Nakamura-

"refiere a una sociedad en la cual cualquiera puede disfrutar, en cualquier tiempo y lugar, una amplia gama de servicios a través de diversos dispositivos, terminales y redes- Ahora es común que la gente intercambie correos electrónicos o acceda a la información en la red a través de computadoras móviles, teléfonos móviles o sistemas de navegación para automóviles".

El lema de la sociedad de la ubicuidad es "anyone, anytime, anywhere" -cualquiera, en cualquier momento, en cualquier lugar-. Las comunicaciones móviles observan un rol central en el desarrollo de la "sociedad de la ubicuidad", asegurando comunicación total en el imaginario de la absoluta movilidad de las personas.

Los teléfonos celulares de avanzada generación han asumido nuevas funciones, entre las cuales destaca la posibilidad de desempeñarse como lógica extensión de la televisión. En Japón la NHK y otras cadenas, desde años atrás transmiten su programación a teléfonos celulares.

Los teléfonos celulares de avanzada generación no sólo aseguran una óptima resolución en la recepción de programas de televisión; además posibilitan que toda persona que asuma roles comunicativos de *prosumer* -figura desarrollada y anticipada por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt en *Take Today: the Executive As Dropout*- esté en condiciones de poder subir a *Youtube*, por ejemplo, en cualquier lugar y a cualquier hora, los videos que graba en el teléfono celular.

Es posible afirmar que las prácticas culturales de los *prosumers* -actores multimedia que afirman el inevitable tránsito hacia la sociedad de la ubicuidad- modificarán radicalmente el ambiente de comunicaciones que habían establecido las grandes cadenas de televisión. En no poco tiempo cada *prosumer* podrá establecer en Internet su propio canal de televisión. 📺

## BIBLIOGRAFÍA

**Bolter, J. y Grusin, R.** (1999). *Remediation: Understanding new media*. USA: MIT Press.

**Levinson, P.** (1997). *The soft age. A natural history ad future of the information revolution*. London: Routeledge. (2004) *Cellphone. The story of the world's most mobile medium and how it has transformed everything*. Palgrave, New York, N.Y.

**Mc Luhan, M., y Nevitt, B.** (1970). *Take Today: the Executive As Dropout*. NY: Harcourt Brace Jovanovich.

**Negroponte, N.** (1996). *Ser digital*. México: Editorial Océano.