

El relato audiovisual en el escenario transmedia: el dilema del espejo fragmentado en la televisión pública de proximidad

Esteban Galán - Universidad Jaume I de Castelló – egalan@uji.es

Samuel Gil Soldevilla - Universidad Jaume I de Castelló – ssoldevi@uji.es

José Javier Marzal Felici - Universidad Jaume I de Castelló – marzal@uji.es

Abstract: La presente comunicación arranca en 1845, fecha en la que el escritor danés Hans Christian Andersen publica una novela fantástica titulada "La reina de las nieves" en la que establecía los fundamentos del escenario audiovisual transmedia actual. El cuento comienza con un duende que inventa un espejo con la capacidad de deformar todo lo que refleja, de tal manera que modifica la visión que las personas tienen de su entorno. El espejo (que hoy llamamos relato audiovisual) se rompe y se descompone en millones de añicos (multiplicación de pantallas) que son trasladados por el viento (hoy esta difusión la realiza Internet) hasta introducirse dentro de los seres humanos sin que ellos mismos lo perciban (el *selfie* o la exposición pública de lo privado a través de las redes sociales serían las manifestaciones más llamativas de este curioso fenómeno).

Las analogías entre el relato de Andersen y el ecosistema mediático actual (Accenture, 2012) son útiles para abordar el reto que supone trabajar contenidos de proximidad que son imprescindibles para mantener una sociedad democrática de calidad en un escenario mediático que se ha fragmentado hasta tornarse casi invisible (Manovich, 2002). Un buen ejemplo de ello es el caso del servicio público de radiotelevisión en la Comunidad Valenciana que sufrió el cierre en noviembre de 2013 y que tras el cambio

político experimentado en 2015 se enfrenta al reto de poner en marcha un nuevo servicio público audiovisual necesariamente transmedia para aspirar a ser relevante y útil al ciudadano (Mesav, 2015). El éxito de este nuevo proyecto va a depender en gran medida de la capacidad que los impulsores del mismo tengan para afrontar el dilema del espejo fragmentado que plantea Andersen en su relato y que describe con mucha precisión el escenario audiovisual que se ha configurado en las primeras décadas del siglo XXI

Keywords: televisión de proximidad, transmedia, radio televisión valenciana, audiovisual, multiplicación de pantallas

1. Introducción

Que el arte es la mejor herramienta que tiene el ser humano para imaginar el futuro y diseñar realidades es algo que conocemos bien. Es, por tanto, muy útil acudir al arte y en este caso a la literatura para encontrar las claves que permiten entender los cambios en el modelo comunicativo experimentados en las dos últimas décadas. La presente comunicación arranca en 1845, fecha en la que el escritor danés Hans Christian Andersen publica una novela fantástica titulada "La reina de las nieves" en la que establecía los fundamentos del escenario audiovisual transmedia actual. El cuento comienza con un duende que inventa un espejo con la capacidad de deformar todo lo que refleja, de tal manera que modifica la visión que las personas tienen de su entorno. El espejo (que hoy llamamos relato audiovisual) se rompe y se descompone en millones de añicos (multiplicación de pantallas) que son trasladados por el viento (hoy esta difusión la realiza Internet) hasta introducirse dentro de los seres humanos sin que ellos mismos lo perciban (el *selfie* o la exposición pública de lo privado a través de las redes sociales serían las manifestaciones más llamativas de este curioso fenómeno).

En el cuento de Hans Christian Andersen "La reina de las nieves" observamos que la niña en su proceso de búsqueda de su amigo desaparecido se va encontrando con todo tipo de seres y elementos animados e inanimados (personas, animales, vegetales, seres sobrenaturales, ríos, etc.) y todos ellos le

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

intentan contar una historia. Sin embargo, la niña solamente se detiene a escuchar aquellas historias que están relacionadas con su amigo aunque sea de una manera vaga y poco precisa. Ante la sobreabundancia de mensajes y estímulos exteriores la niña del relato de Andersen se protege filtrando y discriminando dichos mensajes.

Solamente una vez la niña cae en las redes de una bruja que la engaña con sus artes y durante una temporada la niña comparte su tiempo con ella. Cuando la niña es consciente del engaño se marcha con la sensación negativa de haber malgastado su tiempo. Es decir, en un escenario transmedia donde el público tiene muy claro qué quiere consumir, cuándo y cómo, el no satisfacer estas necesidades nos conduce sin remedio a la irrelevancia (la niña no escucha la gran mayoría de mensajes que se le lanzan) o al rechazo (la niña se siente mal al conocer que "ha estado perdiendo el tiempo con la bruja"). El cuento de Andersen nos enseña la fuerza que tienen los personajes como motor del relato. Todo comunica y cualquier elemento puede convertirse en una herramienta para contar la historia; lo ha sido desde siempre como establece Roland Barthes "bajo sus casi infinitas formas, el relato está presente en todas las épocas, en todos los lugares, en todas las sociedades; el relato empieza con la historia misma de la humanidad; no hay, nunca ha habido, un pueblo sin relato" (1977:2). Internet además de facilitar el acceso a los diferentes documentos que sirven para acceder al saber (libros, fotografías, cine, videojuegos, etc.) ha difuminado las barreras entre los distintos soportes y podemos efectivamente encontrar territorios comunes entre productos de diferentes soportes. El receptor de los contenidos tiene la capacidad de elegir y puesto que todo el mundo está comunicando, se torna selectivo y solamente escuchará aquello que sea de su interés (Jenkins, 2008).

Las analogías entre el relato de Andersen y el ecosistema mediático actual son útiles para abordar el reto que supone trabajar contenidos de proximidad que son imprescindibles para mantener una sociedad democrática de calidad en un escenario mediático que se ha fragmentado hasta tornarse casi invisible (Manovich, 2002). Un buen ejemplo de ello es el caso del servicio público de radio televisión en la Comunidad Valenciana que sufrió el cierre en noviembre

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

de 2013 y que tras el cambio político experimentado en 2015 se enfrenta al reto de poner en marcha un nuevo servicio público audiovisual necesariamente transmedia para aspirar a ser relevante y útil al ciudadano (Mesav, 2015).

El éxito de este nuevo proyecto va a depender en gran medida de la capacidad que los impulsores del mismo tengan para afrontar el dilema del espejo fragmentado que plantea Andersen en su relato y que describe con mucha precisión el escenario audiovisual que se ha configurado en las dos primeras décadas del siglo XXI.

2. Metodología

La metodología utilizada en el trabajo se fundamenta en la exploración bibliográfica de la literatura que alrededor de esta cuestión se ha generado en congresos, informes, revistas y monográficos y que en el caso de la Comunidad Valenciana ha sido especialmente intensa desde el abrupto cierre de RTVV en noviembre de 2013 (Marzal, 2015). Este análisis de la literatura científica desarrollada al hilo del problema generado tras el cierre de RTVV se ha visto complementado con un intenso trabajo de observación documental de todos aquellos estudios que resaltan la importancia del sector audiovisual y las industrias culturales como motores de la economía y el desarrollo (UNESCO, 2014). La comunicación y la cultura no deben ser una cuestión a analizar estrictamente bajo parámetros económicos, pero no se puede tampoco obviar que sin un ecosistema mediático de calidad que sirva de ventana para el resto de manifestaciones culturales es muy complicado que una sociedad se pueda considerar desarrollada. Por último, la técnica que complementa el trabajo es la observación participante a través de la cual los firmantes del presente capítulo han participado en las reuniones de la MESAV (Mesa Sectorial del Audiovisual Valenciana)¹, la CECUV (Comisión de expertos en Comunicación de las Universidades Valencianas)² y de la Comisión Interuniversitaria para la

¹ La MESAV reúne a los representantes de las diferentes asociaciones relacionadas con el audiovisual y las universidades valencianas y ha venido manteniendo reuniones de carácter semanal desde abril de 2014 hasta la actualidad.

² La CECUV está compuesta por los profesores Juan José Bas (UCH-CEU), Andreu Casero, Miquel Francés, Josep Lluís Gómez Mompert, José Luis González, Isabel M. González, Mar Iglesias, Javier Marzal, Héctor Pérez y Rafael Xambó.

Restitución de la Radiotelevisión Valenciana. La participación en este tipo de foros de discusión ha permitido a los firmantes del presente texto obtener una visión de primera mano de la realidad analizada al mismo tiempo que han participado en la construcción de esa nueva realidad.

3. Antecedentes

Nos hallamos en un entorno donde los medios tradicionales (radio, prensa, televisión) están adaptándose continuamente al cambio que supone el hecho que hace poco más de una década los medios de comunicación más influyentes (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram) no existieran o fueran prácticamente irrelevantes. Este reposicionamiento de los medios tradicionales se está produciendo fundamentalmente en cinco vertientes:

Vertiente tecnológica. La digitalización de los medios de producción, emisión y recepción ha obligado a cambiar el modelo de negocio o lo que es lo mismo ha modificado el concepto de venta tradicional de un producto de consumo por el que el consumidor de manera directa o indirecta (a través de la publicidad) pagaba por el concepto de monetización que atiende a otro tipo de factores relacionados con el universo transmedia (Scolari, 2013). Nos encontramos en un escenario de convergencia mediática, en el que las televisiones generalistas todavía son agentes muy importantes en el panorama mediático, a pesar de la multiplicación de la oferta que han traído entre otros la TDT (televisión digital terrestre) y la Smart TV. Los grandes grupos mediáticos han afrontado esta nueva situación a través de una estrategia de creciente concentración de medios. La situación en España se configura a partir de la posición de dominio que en la práctica tiene el duopolio privado Atresmedia - Mediaset. Esta situación sobrevenida de clara falta de competencia en el sector audiovisual parece aconsejar un reforzamiento de un sector público estable que permita equilibrar la oferta radiotelevisiva actual dominada mayoritariamente por la oferta privada.

Vertiente económica: El mercado publicitario se ha atomizado y esto provoca cambios en las estructuras empresariales de los medios y en la propia economía del país porque la publicidad ha sido un agente fundamental de

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

dinamización económica y de desarrollo. El cierre de Radiotelevisión Valenciana (RTVV) se produce en el contexto general de la crisis económica y, al tiempo, de una profunda crisis del modelo público de gestión, cuestionado especialmente por el pensamiento neoliberal (Bustamante, 2010).

Vertiente política: los cambios legislativos han abierto la puerta para que se produjera el cierre y/o la privatización de medios públicos a través de la modificación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual y los cambios en la Ley de Creación de la Corporación RTVE y en la Ley del Tercer Canal, sumados a otros cambios como la Ley 3/2012, de 20 de julio, de la Generalitat Valenciana del nuevo Estatuto de RTVV SAU, han preparado el terreno para que finalmente se haya producido el cierre de la radiotelevisión pública valenciana. La acción o inacción política según el caso ha afectado a la gestión de los medios públicos y a su modelo de financiación. El cierre de RTVV ha sido puesto en relación con la crisis del modelo de financiación y gestión de las radiotelevisiónes públicas que son en muchas ocasiones acusadas de ser un instrumento de propaganda al servicio del gobernante de turno (López, 2010). Esta falta de profesionalidad en los criterios de gestión y selección de contenidos precisa para poder pervivir de cierta opacidad que termina provocando la ausencia de un modelo de gestión profesionalizado, transparente y sometido al control público (Campos Freire, 2011). La constatación de esta realidad aumenta el desapego que los ciudadanos tienen hacia su televisión pública y alimenta las tesis neoliberales que propugnan el cierre o la privatización de estos medios (Casero, 2009).

Vertiente sociológica. De las diferentes vertientes que estamos analizando tal vez sea esta la más importante, ya que una gran parte de lo que hacemos en cualquier tarea profesional, ejecutiva u organizativa está relacionado con la comunicación y por tanto, cambiar los modos y canales de comunicación implica cambiar los hábitos y rutinas de las personas. La comunicación, además de forma parte de nuestro quehacer diario, tiene una gran importancia simbólica en nuestra concepción como individuos pertenecientes a una comunidad. La comunicación es pues ese espejo del que habla el relato de Andersen y que tiene la capacidad de moldear nuestra visión del mundo y por

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

tanto, de moldear nuestra realidad. En nuestra sociedad es fácil advertir que los nuevos medios han modificado nuestra velocidad de percepción y nuestra capacidad de interpretación de los relatos. El consumo de información se ha vuelto cada vez más rápido de manera que recibimos, creamos y compartimos historias prácticamente en tiempo real sin margen para la reflexión. Esta circunstancia termina modificando nuestros hábitos y nuestro papel como ciudadanos.

Vertiente comunicativa. La aparición de un nuevo medio de comunicación supone una alteración dentro del equilibrio de fuerzas del ecosistema mediático y la aparición de Internet no ha sido una excepción. Tampoco han faltado los catastrofistas que pronosticaron la defunción de los medios de comunicación preexistentes. Es cierto que en un primer momento la televisión tradicional tuvo ciertos problemas de convivencia con la Web 1.0. Sin embargo, la llegada de la Web 2.0 y la aparición y consolidación de diferentes redes sociales ha facilitado la convivencia entre ambos medios que han dejado de mirarse con la desconfianza propia de dos entes competidores y han pasado a convertirse en aliados necesarios. La televisión es un medio que dota de contenidos e imágenes a los debates que se producen en la red, mientras que las redes sociales aportan la interacción del espectador con el programa. A las tres funciones tradicionales de la radio y la televisión como servicio público (informar, formar y entretener) hoy ya parece necesaria sumar una cuarta función de *interacción* como un valor de servicio público en el que los denominados New Media juegan un papel fundamental (Lister, 2008).

Las cinco vertientes analizadas (tecnológica, económica, política, sociológica y comunicativa) vienen a mostrar que la configuración del escenario comunicativo en una sociedad no es solamente una cuestión que afecta a los profesionales de los medios de comunicación sino que su influencia permea a toda la sociedad. En el caso de Radiotelevisión valenciana, el cierre de la radiotelevisión pública ha supuesto un claro paso atrás en el proceso de vertebración, cohesión social y madurez democrática de la sociedad. La Comunidad Valenciana es una región española que cuenta con una lengua y

una cultura propias y que necesita del espejo que significa una radiotelevisión pública para reafirmarse como sociedad (Marzal, 2015).

4. La sociedad valenciana ante el dilema del espejo fragmentado

Como narraba el relato de Andersen, el espejo existe independientemente de que lo tengamos en cuenta o no. Además, ese espejo se ha fragmentado y son muchas (casi ya infinitas) las pantallas, soportes y plataformas a través de los cuales podemos acceder a los contenidos (que son los relatos que nos presentan y representan ante nosotros y ante el resto). Quedar fuera de ese proceso de representación, supone dejar en manos de otros (que en el cuento de Andersen aparecen representados por un duende malvado) la representación de una sociedad y por tanto, la creación de un relato simbólico alrededor de una comunidad. Una sociedad sin capacidad de comunicar es fundamentalmente una sociedad sin futuro pero también sin presente. En la Comunidad Valenciana tal vez haya sido necesario llegar al drama del cierre de RTVV para que todas las asociaciones relacionadas con el sector audiovisual se unan alrededor de una mesa sectorial denominada MESAV (Mesa Sectorial del Audiovisual Valenciano) para consensuar propuestas que sirvan para reactivar el sector audiovisual y la cultura en la Comunidad Valenciana. El cambio político vivido en 2014 ha facilitado el camino y el nuevo gobierno ha convocado al denominado Foro Social del Audiovisual Valenciano que se constituyó el pasado 7 de septiembre de 2014 y que encargó a una Comisión de Expertos en Comunicación de las Universidades Valencianas (CECUV) la elaboración de un informe para la renovación del espacio comunicativo valenciano y la restitución del servicio público de radiotelevisión. En este informe (CECUV, 2015) se abordan cuestiones relativas al marco normativo, el modelo de gobernanza y gestión de la nueva RTVV, la financiación y los retos tecnológicos planteados por el nuevo escenario. Sin embargo, desde la perspectiva planteada en este trabajo nos interesa fundamentalmente centrarnos en la confección de una oferta de radio y televisión que tiene necesariamente que ser un canal temático de proximidad que tenga una clara vocación transmedia. El cierre de RTVV ha conseguido que la sociedad tome

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

conciencia del vacío que se ha generado en la cultura, el deporte, las fiestas y tradiciones y en la información que afectaba a los pueblos y ciudades de la región (Marzal, Izquierdo, Casero, 2015). Este vacío y no otro es el que la nueva RTVV tiene que cubrir para convertirse en un canal temático de proximidad en el que se rechace de manera explícita la emisión de contenidos deslocalizados, ficción de carácter *mainstream* o cualquier formato enlatado que no tenga ningún tipo de conexión ni relación directa con el territorio valenciano. Esta especialización en la oferta facilitará la identificación de la sociedad con su medio público y sus contenidos serán percibidos como algo único y singular. Sin embargo y volviendo al espejo fragmentado del relato de Andersen, la manera de distribuir esos contenidos de proximidad no puede ser la misma que hace dos décadas. Es cierto que el consumo televisivo clásico tal como lo hemos conocido en las últimas décadas sigue contando con una extraordinaria salud. Sin embargo, también es cierto que especialmente entre el público más joven se observan cambios en los hábitos de consumo. Hay una tendencia cada vez más acusada hacia el consumo en movilidad en soportes como el *smartphone*, la *tablet* o inclusive los denominados *wearables* (como las *smart glasses* o el *smart watch*) que también necesitan ser dotados de contenido. Estos nuevos canales no precisan de un contenido diferente pero sí necesitan una manera distinta de presentar dicho contenido. Para ello es necesario modificar los procesos de trabajo de la nueva radiotelevisión de manera que sea posible que se comparta una parte del trabajo que antes no se emitía. Por ejemplo, los planos recurso descartados en el montaje final de una entrevista pueden resultar un material extraordinariamente atractivo para las redes sociales; la ficha de preparación de una entrevista o las fotografías de localización del lugar de rodaje o las tomas falsas en la grabación de una ficción pueden también dotar de contenido un blog. Este tipo de estrategias lo que buscan es apelar a la participación del receptor en el mensaje que como hemos visto con anterioridad es uno de los aspectos clave que definen el nuevo escenario comunicativo.

5. Conclusiones

La nueva Radiotelevisión Valenciana no puede ser similar a la que se creó hace 25 años porque cuando Radiotelevisión valenciana comenzó a emitir apenas tenía la competencia de media docena de canales. Hoy cualquier televidente tiene una oferta que multiplica en muchos casos por 20 la oferta existente entonces y además dispone de Internet para acceder a todo tipo de contenidos. En este escenario la oferta de televisión generalista se mantiene pero cada vez con más dificultades para mantener los índices de audiencia que tenía hace años. Parece que el nuevo escenario *transmedia* alienta la creación de canales temáticos en los que, como sucedía en la historia de “La Reina de las Nieves” de Andersen, le hablen únicamente al espectador de aquello que le interesa, de aquello que tiene más próximo, tratando de hacerse fuerte en aquel terreno en el que las cadenas de un ámbito más amplio no pueden competir: la proximidad. La circunstancia de contar con una lengua propia también tiene que servir para darle más identidad a la oferta televisiva y lejos de rebajar las aspiraciones lingüísticas combinando la oferta en castellano con oferta en valenciano (como reivindican algunas opciones políticas) debe de diferenciarse y singularizarse en esos dos conceptos: la proximidad y el valenciano como lengua vehicular de la oferta multiplataforma. La oferta de la radiotelevisión pública no debe, por tanto, entenderse de manera aislada sino que debe de tener en cuenta lo que ofrecen las cadenas privadas para ofrecer una programación de contenidos que sea atractiva y útil al ciudadano.

6. Referencias bibliográficas

ACCENTURE (2012): Informe sobre el papel de la Televisión Pública Autonómica en España, Madrid, Accenture / FORTA, disponible en: <<http://www.forta.es/Portals/0/Forta1200.pdf>>.

ARNAU-ROSELLÓ, R. GALÁN, E. (2014). La disolución del soporte audiovisual y la quiebra de la linealidad en el relato en Historia y Comunicación Social, no 18, Available: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44334>

ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María i LÓPEZ VILLANUEVA, Javier (2014): «El Audiovisual Español: Evolución en Curso», en Bustamante, Enrique

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

(coord.). Informe sobre el Estado de la Cultura en España: La Salida Digital, Madrid, Fundación Alternativas.

BARTHES, R. (1993). Introducción al análisis estructural de los relatos» [1966], en La aventura semiológica. Barcelona: Paidós.

BAS PORTERO, Juan José (2015): «Radiotelevisión Valenciana: la génesis del modelo», en MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica i CASERO, RIPOLLÉS, Andreu (eds.) (2015): La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I i Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.

BUSTAMANTE, Enrique. (2010). La comunicación en las Comunidades Autónomas. Un déficit democrático fuerte. Informe sobre la Democracia. Madrid. Fundación Alternativas.

CAMPOS FREIRE, Francisco (2011): «La complejidad de la gobernanza de la comunicación en Europa» en Francisco CAMPOS FREIRE (coord.): Comunicación y gobernanza en Europa, Madrid, Editorial Universitas.

CASERO, Andreu (2009): «El control político de la información periodística», RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 64, 354-366, La Laguna, Tenerife), Universidad de La Laguna, DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-828-354-366.

CECUV (2015) Bases per a la renovació del espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió. Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

DELOITTE/UTECA (2011): Análisis Comparativo de la Televisión Regional en Europa: Estudio de los modelos de Televisión Pública en Europa, Madrid, Deloitte / UTECA.

GALÁN E. (2008) Televisión en virtual, IORTV, Madrid

JENKINS H. (2008), Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación, Paidós, Barcelona. KATZ J. E. (2008), Handbook of mobile communication studies, The MIT Press, Cambridge

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

LISTER M., DOVEY, J., GIDDINGS, S., GRANT, I., & KELLY, K. (2008), *New media: A critical introduction*, Routledge, London

LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.) (2010): *El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI*, Valencia, Tirant Lo Blanch.

MANOVICH L. (2002), *The language of new media*. Institute of Technology, Massachusetts

MARTÍN-BARBERO J. (1991) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Barcelona

MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica y CASERO, RIPOLLÉS, Andreu (eds.) (2015): *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.

MARZAL FELICI, Javier (ed.) (2015): *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.

MESAV (2015) *Hacia un nuevo espacio audiovisual*. Disponible en <http://mesav.es/wp-content/uploads/2015/04/HaciaUnNuevoEspacioV2CAS.pdf>

MAYER-SCHÖNBERGER V. CUKIER K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Houghton Mifflin Harcourt.

NICHOLS B. (1997), *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*. Paidós, Barcelona

SCOLARI C. (2013), *Narrativas transmedia*, Centro Libros PAFP, Barcelona

UNESCO (2014): *Informe sobre la economía creativa. Ampliar los cauces de desarrollo local*, Paris, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

* El presente estudio ha sido realizado con financiación del proyecto de investigación “La crisis de lo real: la representación documental e informativa en el entorno de la crisis financiera global”, con referencia P1-1A2014-05, dirigido por Javier Marzal Felici, para el periodo 2015-17