

edmetic

Revista de Educación Mediática y TIC



*La televisión universitaria, el ejemplo de la Universidad de Granada*  
*The university TV, the example of University of Granada*

Fecha de recepción: 26/11/2011  
Fecha de revisión: 07/12/2011  
Fecha de aceptación: 29/12/2011

*La televisión universitaria, el ejemplo de la Universidad de Granada*

*The university TV, the example of the University of Granada*

Vanesa M<sup>a</sup> Gámiz Sánchez<sup>1</sup> & Asunción Romero López<sup>2</sup>

**Resumen:**

En este artículo mostramos, tras una pequeña introducción sobre las funciones sociales y posibilidades actuales de la televisión y en concreto de la televisión universitaria, la experiencia llevada a cabo en la Universidad de Granada con la puesta en marcha de una televisión Universitaria. Explicamos lo que se está haciendo (tipo de emisiones) y cómo, ya que la Universidad de Granada ha apostado por la evolución tecnológica y está trabajando la televisión vía Internet y explotando sus posibilidades; describimos los recursos que está utilizando la UGR para la producción y distribución de material audiovisual. Finalmente valoramos la puesta en marcha de esta experiencia y señalamos sus posibilidades futuras en torno a su potencial formativo además de informativo y cómo ésta puede incidir en la formación de los receptores, modificando sus conocimientos, conducta, actitudes, etc., pero que sobre todo se ha de basar en la mejora del proceso de formación del individuo.

**Palabras claves:** medios de comunicación de masas; telereducación; streaming; enseñanza superior.

**Abstract:**

After a brief introduction about the social functions and current possibilities of television in education, in this paper we show the experiences carry out in the University of Granada with the starting of a university television. We explain what (type of emissions) and how it's been doing now. The University of Granada has opted to technological developments and it's working on IP Television and taking advantage of its possibilities. We describe here the resources that have been used by the University of Granada for developing and broadcasting of audiovisual material. Finally we evaluate the starting of these experiences and we focus on its future possibilities around formative and informative potentials. Also we analyze how it can influence in the training of receptors by modifying their knowledge, conduct, attitudes... But, above all, we think that these experiences must be based on the improvement of learning processes.

**Keywords:** mass media; television; streaming; higher education.

---

<sup>1</sup> Universidad de Granada. [vanesa@ugr.es](mailto:vanesa@ugr.es)

<sup>2</sup> Universidad de Córdoba. [romerol@ugr.es](mailto:romerol@ugr.es)

## **1. Introducción**

La televisión no es sólo un sistema de transmisión de imágenes y sonido a distancia a través de ondas hertzianas, esta definición simplificada del sistema y del aparato se ha de completar con el reconocimiento de ser un medio de comunicación de masas; y como tal, se le atribuyen ciertas funciones, que Cabero (2002) ha concretado en seis, estas son: informadora-comunicativa, económica, estética-expresiva, de diversión y entretenimiento, sustitutiva de la realidad y socializara. Es en ésta última, la socializadora, es donde se hace patente su poder como medio de comunicación de masas, de instrumento que ejerce una fuerte influencia en la sociedad, hasta el punto de modificar sus hábitos, comportamientos, pensamientos, valores e ideología.

Bajo distintas programaciones se encuentran diferentes fines, pero la mayoría de las veces estos superan todas las expectativas, con o sin el conocimiento de los propios realizadores; pues la línea entre la información, el entretenimiento y la educación se perfila muy delgada en ciertas ocasiones y no solo la "televisión educativa o escolar" educa.

García Galindo (2003: 167), matiza las funciones que tradicionalmente tenían asignados los medios de comunicación estableciendo sus nuevos roles en la actual cultura audiovisual: "los medios de comunicación desempeñan un papel central en la dinámica de las sociedades actuales más desarrolladas: a) como mediadores entre los acontecimientos y el público; b) como referentes del poder; c) como industria cultural; d) como empresas básicas de la nueva economía; e) como agentes de la democracia; f) como portavoces de intereses ciudadanos", poniendo de manifiesto su potente atractivo y consolidación como vehículo sociocultural fuertemente arraigado en nuestra sociedad.

Así, desde su posición privilegiada de llegar a miles de personas, la televisión se convierte en el mayor instrumento de transformación social. Por tanto, podemos concluir que si bien no toda la televisión es educativa ésta

“enseña” queriéndolo o no; motivo por el cual se ha de tener muy presente la función formativa de la televisión y será en este potencial donde las televisiones universitarias encuentren su espacio.

La televisión universitaria se constituye como medio de expresión de la comunidad universitaria y de visibilidad y transmisión del conocimiento hacia la sociedad. Su desarrollo en las universidades ha dado lugar a un panorama heterogéneo en el que se encuentran diversos modelos con características comunes. Mayoritariamente, las universidades apuestan por los medios audiovisuales como una herramienta para lograr el objetivo de servicio público y acercamiento a la sociedad, que se les supone como instituciones generadoras y difusoras de conocimiento.

Aunque el desarrollo de la televisión universitaria es un proceso lento, pues resultar complicado sobre todo desde el punto de vista técnico, por la complejidad de equipos e instalaciones que exige, poco a poco se van incorporando a la realidad de las instituciones académicas.

La digitalización, especialmente la instalación de Internet, ha supuesto una revolución tanto en el mundo de la educación como de las comunicaciones. Como afirma Castells (2003), hablar de sociedad de la información implica hacerlo de un nuevo paradigma tecnológico, en el cual la vertiente internet cobra dimensiones impensables hace escasamente un par de décadas desarrollando necesidades e intereses que han de ser mediados por los poderes públicos, pues la idea del *laissez-faire* del ser humano en materia tecnológica puede conllevar situaciones de riesgo y de exclusión en las diversas áreas –económica, política, social, ideológica, familiar, etc.-. Un reflejo de dicho crecimiento es el aumento que en nuestro país se ha producido de las conexiones a internet contratadas. Este aumento es significativo a la luz de los datos aportados por el informe elaborado por Eurostat ‘Information Society Statistics’ (2010) <http://www.ontsi.red.es/ieurope-2010/indicador/id/634/hogares-con-acceso-internet-casa.html>) que muestra

cómo en 2010 el 59.1% de los hogares españoles poseía conexión a red, indicando la generalización de la implantación de ésta tecnología en el ámbito doméstico siendo su evolución lenta pero segura.

## **2. Materiales y métodos**

En este apartado vamos a centrarnos en un modelo de televisión universitaria o de distribución de contenidos concreto, basado en las redes de comunicaciones y que muchas universidades han empleado como estrategia de comunicación en sus instituciones.

El aprovechamiento de Internet como medio transmisor de los contenidos digitales está siendo en los últimos tiempos la principal fuente de divulgación y expresión de las organizaciones. La facilidad en la explotación de este medio, mejorada en los últimos tiempos con la calidad de los servicios de telecomunicaciones, así como la relativa escasez de costes de su puesta en marcha lo hacen muy atractivo en el contexto de la Educación Superior.

A continuación destacaremos las características más importantes de este modelo así como una de las tecnologías que le da soporte y cuyas principales ventajas están siendo explotadas actualmente en nuestra Universidad.

### **2.1. La televisión en Internet**

La convergencia digital, materializada como la presencia de la televisión en Internet convirtiendo la red en un medio audiovisual, está generando un nuevo escenario que ofrece retos, pero también atractivas posibilidades. Entre éstas, el paulatino incremento del consumo de TV por PC, notebooks y otros dispositivos móviles. Esto se ve también reforzado por los nuevos espacios proporcionados por la Web 2.0 en los que todos los participantes no sólo reciben contenidos, sino que también pueden generarlos (Torrales y Matus, 2009).

En estos escenarios, nacen modalidades y sistemas de distribución de contenidos que son mucho más flexibles para el usuario y que se adaptan a sus circunstancias y su ritmo de vida. De este modo, las visualizaciones no quedan encorsetadas con programaciones rígidas sino que es el propio usuario el que define y configura su tiempo de televisión. Esta es la filosofía de la televisión a la carta o vídeo bajo demanda, que según la definición que encontramos en la Wikipedia (2011) podemos decir que proviene del inglés video on demand (VoD) y es un sistema de televisión que permite al usuario el acceso a contenidos multimedia de forma personalizada ofreciéndole, de este modo, la posibilidad de solicitar y visualizar una película o programa concreto en el momento exacto que el telespectador lo desee. Existe, por tanto, la posibilidad de visualización en tiempo real o bien descargándolo en un dispositivo como puede ser un ordenador, una grabadora de vídeo digital o un reproductor portátil para verlo en cualquier momento.

Según señalaban López-Yepes y Sánchez-Jiménez (2007) con el aumento general del ancho de banda a partir del 2007, comenzó a iniciarse la era del acceso a contenidos bajo demanda con calidad suficiente para rivalizar con los servicios tradicionales de televisión. La evolución y la tecnología afectó incluso a plataformas de banda ancha móviles. Se auguraba en aquel momento que el número de hogares con acceso a servicios iptv (sistema de distribución de televisión y vídeo sobre Ip) llegaría a los 80 millones en el año 2011 (a nivel mundial). Los medios de comunicación digitales ya son los más utilizados entre la población mundial, que le dedican más horas semanales que a la televisión, la radio, los periódicos o el cine, según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). Además de digitales y móviles, la UIT enfatiza que las comunicaciones también son cada vez "más anchas", porque las redes aumentan su capacidad de manera exponencial, lo que permite intercambios de información más rápidos, más completos y en más formatos simultáneos.

Todas estas ventajas y este desarrollo tecnológico experimentado en los últimos años posibilitan que la televisión a través de Internet gane adeptos y audiencia. Según datos extraídos de Camarero (2010) de un estudio realizado por Orange y Barlovento en 2009, el 42% de los internautas españoles ven ya TV por Internet. A escala global, Multimedia Research Group predice que en 2013 la cifra de suscriptores a IPTV será de 81 millones. Según estudios de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (2009), el 68% de los españoles dedica menos tiempo a ver televisión que a navegar por Internet. Uno de cada tres internautas encuestados reconoce haber visto televisión a través de Internet en el último mes, y la inmensa mayoría de los espectadores de la televisión convencional están dispuestos a ver películas, deporte, series y noticias a través de Internet. Ya existen numerosos portales que permiten ver decenas de canales, con noticias y entretenimiento. El fenómeno ha llegado a las televisiones convencionales, que ya emiten programas a través de Internet, donde se han creado numerosos portales que permiten ver canales tradicionales de televisión en abierto (Camarero, 2010).



Imagen 1: Portales WEB para ver TV a través de Internet

Fuente: <http://zattoo.com/>

Con todo ello, Internet se vuelve un medio cada vez más valioso para la difusión de contenidos que llega cada vez a más personas y dispositivos,

hecho que parece no pasar inadvertido para las instituciones universitarias. La combinación de TV e internet busca dar un paso pionero de convergencia entre dos medios para sumar la masividad del medio televisivo con la interactividad de la web, y el impacto estético de la pantalla de la televisión con la información personalizada en el PC de los usuarios; la fuerza narrativa televisiva con las múltiples posibilidades del relato web. Se busca transformar a los televidentes en usuarios, en participantes de la programación y en productores/transformadores de contenidos mediáticos, mediante la puesta a su disposición de contenidos (López-Yepes y Sánchez-Jiménez, 2007).

2.2.- El streaming, la tecnología que permite la distribución de contenidos audiovisuales a través de Internet

El streaming se puede definir como la distribución de contenidos multimedia a través de una red de computadoras de manera que el usuario consume el producto al mismo tiempo que se descarga (Wikipedia, 2011), sin la necesidad de que la descarga se haya completado en su totalidad previamente.

Como además señalan Caldera, Pérez y Sánchez (2004), la tecnología streaming consiste, por tanto, en una serie de productos y técnicas que tienen por objeto difundir contenidos multimedia, por lo que estamos ante un sistema de distribución que se caracteriza, principalmente, por la visualización de los contenidos en el usuario/cliente sin que sea necesario los largos tiempos de espera para la descarga completa del fichero de audio y/o vídeo. El usuario de streaming puede, por medio de la recepción de una pequeña parte de información, observar los contenidos enviados por el servidor. El cliente podrá ver y/o escuchar los contenidos mientras que el flujo informativo o corriente de datos (stream) sigue llegando al cliente. Por lo tanto, la parte almacenada en el cliente sirve de guía y colchón para la llegada de nuevos paquetes de datos, enlace necesario entre la red TCP/IP y las necesidades de transmisión



de audio y vídeo. Los contenidos enviados por streaming pueden ser difundidos por dos modalidades diferentes (Caldera, Pérez y Sánchez, 2004):

- *Almacenados con anterioridad en el servidor* (vídeo bajo demanda), en la que el cliente/usuario/receptor señala cuál es el clip que desea visionar de una serie de documentos que puede encontrar en la plataforma web. Estos archivos podrán ser consultados por un número de usuarios determinados, atendiendo al nivel de concurrencia con el que cuente el servidor. Por lo tanto el cliente podrá controlar dicha información, pudiendo manipular el flujo (parada, avance, etc.) siempre y cuando se use también streaming.
- *Información generada en el mismo momento en el que se difunden*, por lo tanto, emisión en directo de los contenidos, los cuales tendrán un horario prefijado para conexión sin posibilidad de obtenerlos posteriormente bajo demanda. Es lo más parecido a la emisión tal y como la realizan las cadenas televisivas por medio de una parrilla de emisión que, previamente, han comunicado a los potenciales usuarios. Esta tecnología suele denominarse Live media streaming. Cuando se lleve a cabo este tipo de distribución de información el cliente no podrá manipular el chorro informacional.

El funcionamiento del streaming se basa en la comunicación del cliente (usuario) con el servidor de streaming que le va mandando la información del video, el cliente va almacenando en un buffer pequeñas partes del video que son las que va reproduciendo al mismo tiempo. La visualización del contenido está, de este modo, sincronizada con la descarga de manera que cuando acabe una acabará también la otra. Si en algún momento se interrumpe la conexión o sufre cambios en la velocidad de descarga, el cliente puede seguir con la reproducción debido a la información almacenada en el buffer. Si estos cortes son demasiado largos y el buffer se vacía, la reproducción se pararía también hasta que el cliente volviera a recibir datos del servidor.

En la siguiente figura podemos ver una gráfica del funcionamiento de streaming en las retransmisiones que se generan al mismo tiempo que se difunden, tecnología empleada en nuestra Universidad para la retransmisión de eventos como veremos en el siguiente apartado:

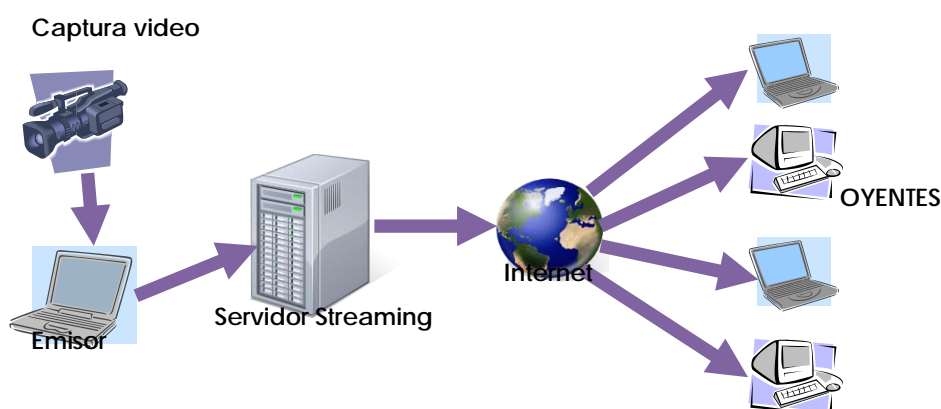


Imagen 2: Esquema de funcionamiento de la tecnología de streaming

Fuente: Elaboración propia

La ventaja principal que aporta esta tecnología es la mejora en la visualización de los multimedia ya que los usuarios pueden verlos sin necesidad de descargar todo el contenido por completo. De este modo, se eliminan los tiempos de espera y se mejoran los servicios online. Por otra parte, es necesario todavía contar con un ancho de banda considerable para acceder a estos recursos con lo cual en redes compartidas o con ancho de banda pequeño la mejora puede resultar todavía insuficiente.

### 3. Resultados

A continuación vamos a mostrar los recursos con los que cuenta la Universidad de Granada para el tratamiento y la distribución de la información multimedia. En los últimos tiempos nuestra Universidad ha hecho un esfuerzo considerable en esta línea y es de prever que en un futuro siga dirigiéndose en este sentido para mejorar la comunicación y la visualización de la Universidad en la

sociedad. Estos esfuerzos se realizan desde diferentes apartados y organismos universitarios entre los que podemos nombrar:

- **Grabación y tratamiento de imágenes y vídeo**, centro de instrumentación científica (CIC) Canal Vídeos <http://cic.ugr.es/videos.php>.



Imagen 3: Canal Vídeos del Centro de Instrumentación científica

Fuente: <http://cic.ugr.es/videos.php>

Dentro de instrumentación científica pone a disposición de la comunidad universitaria una gama de servicios para la grabación y edición de audiovisuales que pueden ser consultados a través de su página web. Algunos de los trabajos realizados pueden también visualizarse en la página del centro.

- **Canal UGR:** El Gabinete de comunicación de la UGR (<http://canalugr.es/>) actualiza su galería de vídeos a través de un canal

en Youtube de contenidos multimedia en el cual podemos encontrar contenidos de divulgación científica, promoción cultural de la universidad o promoción institucional.

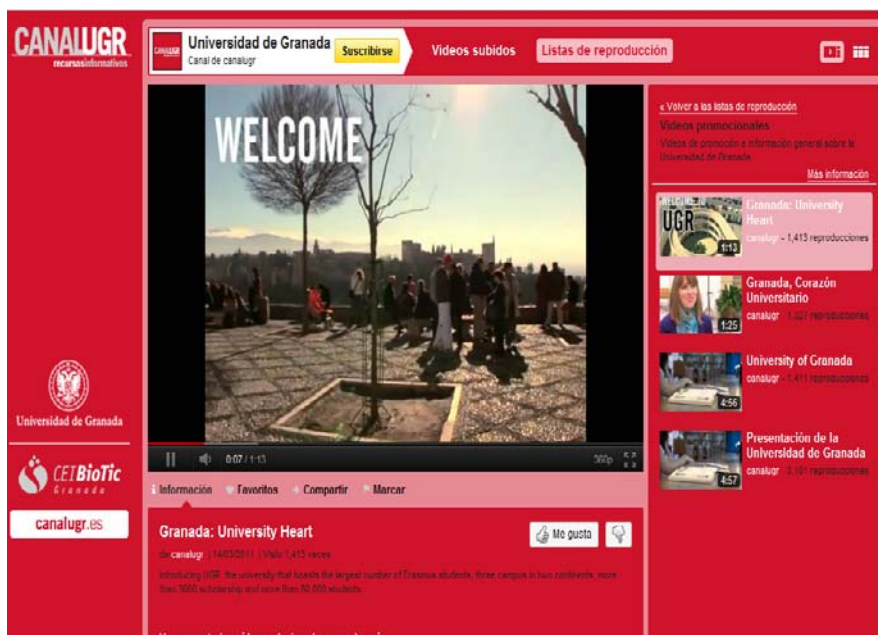


Imagen 4: Página Web del Canal UGR

Fuente: <http://www.youtube.com/canalugr>

- **Canal Cacocu**, canal de cultura contemporánea de las Universidades públicas de Andalucía <http://www.cacocu.es/> Aunque este canal no es únicamente de la Universidad de Granada sino que está actualizado por todas las universidades públicas andaluzas queremos mencionarlo como ejemplo de promoción cultural de las Universidades y entorno multimedia en el cual se pueden encontrar diferentes opciones para los usuarios: información, blog, audio, video...



Imagen 5: Página Web del Canal Cacocu

Fuente: <http://www.cacocu.es/>

- **Servicios de alojamiento y emisión de video en Streaming** (<http://cevug.ugr.es/tv/>) Esta iniciativa realizada por el Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada ha conseguido acercar la televisión en directo a la comunidad universitaria. Se han realizado hasta la fecha retransmisiones en streaming de distintos eventos producidos en la institución como la apertura oficial del curso, inauguraciones de máster oficiales o conferencias de investigadores relevantes. Además la interfaz de emisión cuenta con la incorporación de un apartado en el que se visualizan los comentarios de los usuarios de la red social Twitter para un hashtag establecido de antemano. De ese modo, los espectadores del evento pueden comentarlo en directo e incluso interactuar en un posible turno de preguntas abiertas. Esta iniciativa está sentando los cimientos de la futura televisión universitaria desarrollada por la UGR.



Imagen 6: Página Web de las emisiones en streaming por parte del CEVUG (Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada)

Fuente: <http://cevug.ugr.es/tv/>

#### 4.- Discusión y conclusiones

Actualmente la principal función de la televisión universitaria en la Universidad de Granada es la de servir como canal de difusión que amplía y completa los medios de información con los que actualmente cuenta; únicamente transmite eventos, por lo que en el futuro su expansión debe centrarse en utilizar este medio para el apoyo de la docencia, la investigación y la divulgación de contenidos propios.

Varias líneas de actuación futura se dibujan en nuestra Televisión Universitaria. Por un lado el apoyo a la docencia, con la virtualización de materiales multimedia que apoyen el seguimiento y éxito del estudiante en el curso. Por otro, la elaboración de contenidos propios y de espacios en los que se muestren experiencias educativas creativas, orientadas a la comunidad intra y extra universitaria convirtiéndose en un repositorio de material audiovisual con buenas prácticas educativas para apoyo docente.

Otra posibilidad a considerar es el importante papel que puede jugar la

televisión universitaria en relación a la formación continua; en la actualidad aporta las bases para favorecer la vinculación entre los centros de educación superior, la sociedad y el sector productivo, dando soporte una educación permanente fuera de la educación formal, que permitiría desarrollar el potencial personal y profesional. La universidad, especialmente a través de su canal televisivo, puede ser el vehículo que necesita actualmente el sector laboral para su actualización en materia de desarrollo y modernización.

O siguiendo los pasos de muchos países latinoamericanos y anglosajones, donde los medios de comunicación universitarios gozan de extraordinaria influencia e importancia se puede plantear la creación de una televisión web propia (IPTV basada en las implementaciones con streaming realizadas) con programas emitidos en directo y contenidos bajo demanda.

En definitiva, nuestra Universidad como institución está iniciando los pasos para fortalecer su lugar dentro de la sociedad como emisor dentro de una cultura de comunicación audiovisual. El establecimiento de una política de producción y distribución de conocimientos a través de estos medios será el siguiente paso que se intentará dar en la búsqueda de la mejora de la calidad de la docencia e investigación en el camino hacia la excelencia. En ese camino una de las claves será establecer las bases para conseguir gestionar y distribuir la información eficazmente y mejorar los mecanismos de comunicación con la sociedad.

### **Referencias bibliográficas**

BASOGAIN, X., OLABE, M., ESPINOSA K. y OLABE, J. C. (2004) Cursos en vídeo de alta calidad. *Boletín de Red Iris*, 66-67. Recuperado de: <http://www.rediris.es/difusion/publicaciones/boletin/66-67/ponencia17.pdf>.

CABERO, J. (2002). Familia y medios de comunicación. *Diálogo*, 233, 9-17. Recuperado de

<http://tecnologiaedu.us.es/cursos/29/html/bibliovir/pdf/59.pdf>.

CALDERA, J., PÉREZ, J.R. y SÁNCHEZ-JIMÉNEZ, R. (2004) Adaptación de tecnologías Stream y XML a centros de documentación en televisión. *Revista española de documentación científica*, 27(4), 441-454.

CAMARERO, E. (2010) *Universidad, televisión, internet. Nuevos modelos de intercambio y comunicación social y científica*. (pp. 176-185). *Actas del 3er Congreso Nacional de ULEPICC España*,.

CASTELLS, M. (2003). La dimensión cultural de internet. *Andalucía Educativa*, 36, 7-10.

EUROSTAT 'INFORMATION SOCIETY STATISTICS (2010). *iEurope2010*.

Recuperado de <http://www.ontsi.red.es/ieurope-2010/indicator/id/634/hogares-con-acceso-internet-casa.html>)

GARCÍA GALINDO, J.A. (2003). La universidad y los medios de comunicación al servicio de la sociedad. (pp. 167-170). En J. I. Aguaded (dir.). *Luces en el laberinto audiovisual. Libro de actas*. Huelva: Grupo Comunicar y Grupo Agor@ Digital.

LÓPEZ-YEPES, A. y SÁNCHEZ-JIMÉNEZ, R. (2007) e-DocuInfo/TVDoc: portal de documentación informativa-canal temático iptv. *El profesional de la información*, 16(5), 456-467.

TORRALES, D. y MATUS, M. (2009). WebTV e IPTV: nuevos recursos para la formación universitaria en gestión y producción en televisión, video y cine. *Revista Tercer Milenio*, 17. Recuperado de <http://www.tercermilenio.ucn.cl/e17/tercermilenio17/home.html>.

### **Cómo citar este artículo:**

Gámiz Sánchez, V. y Romero López, A. (2012). La televisión universitaria, ejemplo de la Universidad de Granada. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 1 (1), 52-69.