

#tvmorfosis

PERIODISMO, EN LA ERA DE LA POSVERDAD



Noviembre 27, 28 y 29 · Expo Guadalajara

tvmorfosis.com



TVMORFOSIS



@TVMORFOSIS



+52 (1) 33 22 42 06 90

#tv morfosis

#tvmorfosis

TVMORFOSIS es un formato televisivo e interactivo, único en su tipo que congrega la opinión y visión de diversos especialistas internacionales sobre medios y tecnologías de comunicación. Es una serie de televisión que reflexiona sobre el impacto del cambio tecnológico en los formatos audiovisuales.

Los diferentes programas que conforman cada temporada, moderados y conducidos por expertos estudiosos en los temas a tratar, reúnen la visión de académicos investigadores, directivos de medios y creativos productores/realizadores audiovisuales, cuyas intervenciones ofrecen una visión panorámica de las discusiones y disertaciones que sobre cada tema específico se desarrollan.

TVMORFOSIS combina exitosamente la producción de una serie de programas de TV transmitidos en múltiples pantallas y plataformas con un evento presencial que convoca a un público de cientos de personas que interactúan con los expertos a través de Facebook, Twitter y WhatsApp.



Así, cada asistente presencial en el foro de producción o remoto a través de las diferentes plataformas habilitadas para la emisión e interacción de los programas, puede realizar preguntas o aportar comentarios que son formuladas y leídas en vivo para que los invitados a la discusión las respondan y conozcan, además, la conversación simultánea que en redes sociales se genera a partir de sus intervenciones.

TVMORFOSIS se ha consolidado como el espacio más importante de Iberoamérica para reflexionar sobre la transformación de la televisión; en el que confluyen cuatro condiciones clave: su formato, su contexto, su red de expertos y la calidad de sus mensajes.

TVMORFOSIS puede verse y seguirse en vivo en sus transmisiones por aire; por cable; por televisión satelital; por TV IP, a través de plataformas como YouTube, Facebook Live, Periscope y en video streaming a través de su sitio web www.tvmorfosis.com.

Los 217 programas producidos y transmitidos de las 21 temporadas de TVMORFOSIS pueden ser vistos a través de YouTube en video bajo demanda.

TVMORFOSIS ha consolidado un público en cada uno de los cinco países en los que se realiza que eventualmente interactúa durante el circuito de producción que arranca en América Central y culmina en México.



TEMPORADAS, TEMAS Y PAÍSES

en los que se ha producido

2010

Guadalajara, México

1. *Reflexiones sobre una realidad televisiva*

2011

Guadalajara, México

2. *Hacia una sociedad de redes*

2012

Guadalajara, México

(En coproducción con Canal 22)

3. *Convergencia, escenario para una televisión interactiva*

2013

Medellín, Colombia

(En coproducción con Canal ZOOM y Universidad de Antioquia TV)

4. *Televisión y educación: innovación audiovisual aplicada a los procesos educativos y formativos en Iberoamérica*

Guadalajara, México

(En coproducción con C7 Jalisco)

5. *Audiencias audiovisuales: consumidores en movimiento*

2014

Bogotá, Colombia

(En coproducción con Canal ZOOM y Centro Ático de la Pontificia Universidad Javeriana)

6. *60 años de la televisión en Colombia: experiencias, retos y perspectivas*

San José de los Campos, Brasil

(En coproducción con TV UNIVAP y la ABTU)

7. *Los retos de la televisión multipantalla*

Guadalajara, México

(En coproducción con TV UNAM)

8. *TV Everywhere, televisión en todas partes*

TEMPORADAS, TEMAS Y PAÍSES

en los que se ha producido

2015

Bogotá, Colombia

(En coproducción con Canal ZOOM y Centro Ático de la Pontificia Universidad Javeriana)

9. *Oportunidades para la industria audiovisual iberoamericana en el escenario de la televisión digital terrestre*

Valencia, España

(En coproducción con el Taller de Audiovisuales de la Universidad de Valencia)

10. *Los contenidos audiovisuales en el nuevo escenario mediático*

2015

San José de los Campos, Brasil

(En coproducción con TV UNIVAP y la ABTU)

11. *Contenidos audiovisuales educativos en el nuevo contexto tecnológico*

Guadalajara, México

(En coproducción con Canal Once)

12. *Creatividad en la era digital*

2016

Valencia, España

(En coproducción con el Taller de Audiovisuales de la Universidad de Valencia)

13. *La televisión de proximidad en el entorno transmedia*

2016

Barranquilla, Colombia

(En coproducción con el Canal ZOOM y la Universidad del Norte)

14. *Tecnologías y narrativas audiovisuales para realidades sociales actuales*

San José de los Campos, Brasil

(En coproducción con TV UNIVAP y la ABTU)

15. *La reinención de la televisión: nuevos medios, nuevos desafíos*

Guadalajara, México

(En coproducción con Televisión Educativa)

16. *Gestión y consumo de contenidos digitales: nuevos modelos*

TEMPORADAS, TEMAS Y PAÍSES

en los que se ha producido

2017

San José, Costa Rica

17. *I Foro Centroamericano de Televisión Digital: difusión digital y contenidos transmedia*
(En coproducción con SINART - Costa Rica Medios)

Valencia, España

18. *Comunicación audiovisual de la ciencia. Contenidos, ventanas y audiencias*
(En coproducción con el Taller de Audiovisuales de la Universidad de Valencia)

Medellín y Santa Marta, Colombia

19. *Entender la televisión actual, las nuevas plataformas, la tv educativa, el eduentretenimiento y los cambios del ecosistema audiovisual*
(En coproducción con Canal ZOOM, Universidad de Antioquia TV y la Universidad del Magdalena)

2017

San José de los Campos, Brasil

20. *Nuevas experiencias audiovisuales para nuevos consumidores*
(En Coproducción con TV UNIVAP y la ABTU)

Guadalajara, México

21. *Innovación de informativos digitales*
(En coproducción con RTVE de España)

2018

San José de los Campos, Brasil

22. *Innovaciones y nuevos formatos audiovisuales*
(En coproducción con TV UNIVAP)

Santiago de Cali, Colombia

23. *Expansión de las nuevas narrativas audiovisuales*
(En coproducción con Canal Zoom)

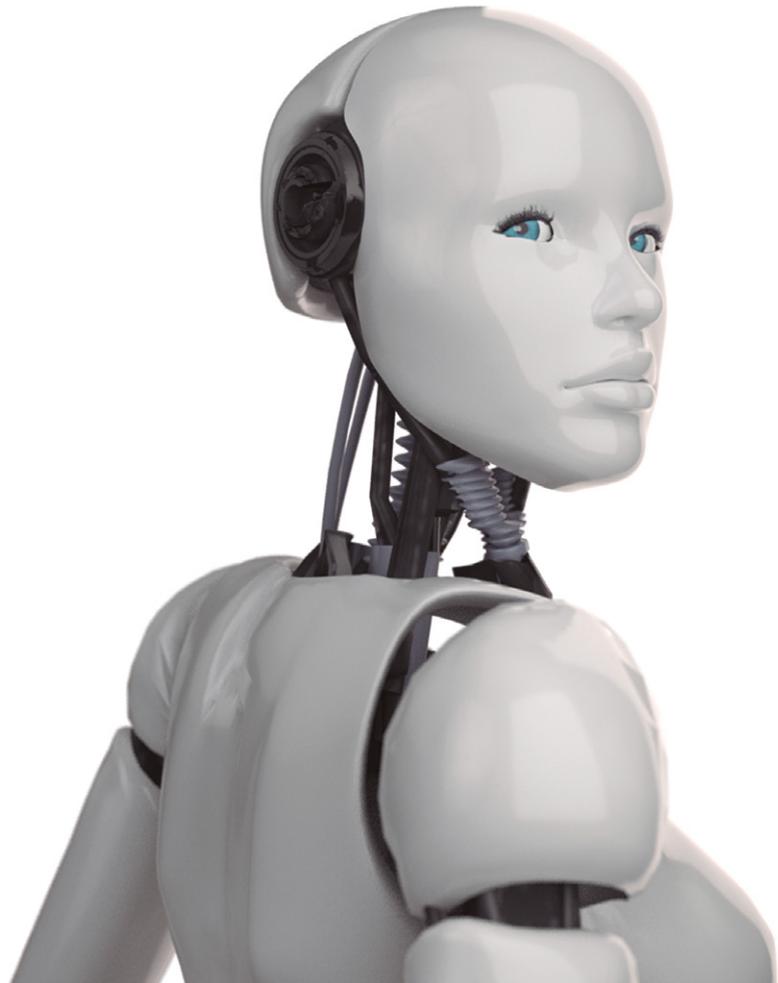
Valencia, España

24. *Documentación y producción transmedia de contenidos audiovisuales*
(En coproducción con el Taller de Audiovisuales de la Universidad de Valencia)

TVMORFOSIS MÉXICO 2018: PERIODISMO, EN LA ERA DE LA POSVERDAD

Noviembre 27, 28 y 29 - Expo Guadalajara

Jalisco, México



El propósito de este año en TVMORFOSIS México 2018 es discutir los nuevos paradigmas del Periodismo en la Era de la Posverdad, a efectos de discernir las tendencias informacionales más representativas en el ecosistema mediático actual y así, vislumbrar ejes de acción y cooperación entre la televisión pública iberoamericana que ratifiquen su relevancia y garanticen su supervivencia.

La posverdad: “toda información o aseveración que no se basa en hechos objetivos, sino que apela a las emociones, creencias o deseos del público”, fue declarada ‘palabra del año’ por el prestigioso diccionario de Oxford en 2016 a razón del inusitado auge que tuvo durante ese año y cuyo uso creció en un dos mil por ciento respecto a 2015, debido al polémico debate y perjudiciales repercusiones que acompañaron al #Brexit.

La posverdad viene a definir una era en la que algo que aparente ser verdad, es más importante que la verdad. Según la Universidad Complutense de Madrid, el 86% de las personas tienen problemas para detectar o diferenciar noticias falsas respecto de las verdaderas. ¿Qué alienta el fenómeno de la posverdad? Sin duda, la característica por antonomasia de la información en la era digital: la inmediatez. No obstante, ¿Qué rol debe asumir el periodismo ante estos fenómenos? ¿Se trata sólo de informar hechos verídicos y comprobables?

9:30 - 10:30 hrs.

Inauguración

1

11:00 - 12:00 hrs.

¿Fake News: un término nuevo para un fenómeno viejo?

En 2017, la palabra « *fake news* » fue declarada 'palabra del año' por el diccionario de Oxford, a razón de su inusitado uso. No obstante, las *fake news* han existido desde tiempos inmemoriales: el bulo, el libelo, el panfleto, son algunos ejemplos. El Trust Barometer 2018, advierte que el 80% de los mexicanos considera que la información falsa puede influir en su toma de decisiones político-electorales. ¿Qué repercusión tienen para las democracias? ¿Qué medidas existen para contrarrestar sus efectos?

Carlos A. Scolari, *Departamento de Comunicación en la Universitat Pompeu Fabra, de Barcelona.*

Guillermo Orozco Gómez, *Jefe del Departamento de Estudios de la Comunicación Social Universidad de Guadalajara.*

Emilio Sánchez Carlos, *Director Agencia EFE en México.*

12:30 a 13:30 hrs.

V Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias: diversidad, pluralismo y libertad de expresión en medios tradicionales y plataformas digitales

María Lizárraga Iriarte, *Titular de la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales del IFT.*

Adriana Solórzano, *Presidenta de la AMDA y Defensora de las Audiencias de UAM Radio.*

Josefina Hernández, *Defensora del Lector de El Independiente de Hidalgo*

Modera: Rosalía Orozco, *Presidenta de AMEDI-Jalisco y Directora del Centro de Formación en Periodismo Digital de la Universidad de Guadalajara*

2

16:00 A 17:00 hrs.

Periodismo de datos: paradigmas y perspectivas

El periodismo de datos no se trata sólo de publicar datos relevantes, con cientos de gráficos inentendibles, ni tampoco tiene que ver únicamente con números, datos; se trata, sobre todo, de saber contar historias que pueden ser complejas. En el aspecto político-electoral, empiezan a destacar la 'videocolumna' y 'minidocumental' como sus más emblemáticos ejemplos. No obstante, ¿qué repercusión tienen en el debate público el periodismo de datos? ¿Qué futuro tienen en el ecosistema mediático actual?

Ricardo Taira, *Coordinador General de Periodismo, (TV Cultura - Brasil).*

Alberto Fabián Rodríguez, *Secretario de Comunicación Universidad Nacional Mar de Plata.*

Armando Casas Pérez, *Director General de TVUNAM.*

3

17:30 - 18:30 hrs.

Fact Checking: y... ¿quién verifica a los verificadores de noticias?

El *fact checking*, o la verificación de hechos, es una práctica periodística nacida en los Estados Unidos, durante 2007. En México, la primera iniciativa de *fact checking* que tuvo trascendencia mediática fue *Verificado 2018*, el cual tuvo como fin combatir la desinformación y las noticias falsas, durante las pasadas elecciones presidenciales. No obstante, ¿quién los verifica? Dogma es lo que no se discute: ¿En el periodismo, y en las democracias, son válidos los dogmas? ¿Quién verifica a los verificadores de noticias?

Elodie Martínez, *Coordinadora de redes sociales Factual(Agence France-Presse) AFP.*

Nuria Fernández García, *Investigadora y Consultora en el Ámbito de la Comunicación Política.*

Ángel Plascencia, *Productor de AJ+ Español.*

27 noviembre

19:00 A 20:00 hrs.

V Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias: desafíos de los derechos de las audiencias en la era de la posverdad (OID)

Lilia Plazas, *Defensora del Televidente, Canal Capital.*
Alberto Velasco, *Defensor de las Audiencias del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión.*
Joseti Marques, *Directora Ejecutiva del Instituto Atrium.*
Modera: Guillermo Montemayor, *Defensor de las Audiencias de Radio UNAM y TV UNAM.*

28 noviembre

4

10:00 - 11:00 hrs.

Periodismo Científico: Noticiero Científico y Cultural Iberoamericano (NCC)

El NCC es una iniciativa creativa de ATEI, que representa el paradigma más importante de cooperación entre la televisión pública iberoamericana, a efectos de difundir las noticias más relevantes de la ciencia, la tecnología y la cultura. ¿Cuál es el papel que debe asumir el periodismo científico en las sociedades hiperinformadas de hoy día? ¿Es incompatible la rigurosidad exigible en la ciencia y sus respectivas publicaciones, en el periodismo científico? ¿Serían idóneas proyectos de *fact checking* para este tipo de contenidos?

Mariana Loterszpil, *Directora TEC TV, Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación Productiva.*
Arturo Velázquez Jiménez, *Director General del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa. ILCE.*
Miquel Francés I Domènec, *Secretario de la Asociación de las Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas.*
Iván Carrillo, *Conductor Noticiero Científico y Cultural Iberoamericano - NCC*

28 noviembre

5

11:30 - 12:30 hrs.

Periodismo colaborativo: ¿el periodismo global-regional del futuro?

El periodismo colaborativo conjuga paradigmas de periodismo independiente, de datos y de investigación. Periodistas de muy diversas instituciones y latitudes se unen "producir contenido que sea mayor que lo que cualquier periodista, redacción u organización individual, podría producir por sí mismo". Lo único que se necesita son: 1) temas comunes entre países; y 2) buenas historias. El modelo más representativo es, sin lugar a dudas, 'Panama Papers'. ¿Cómo se construye el periodismo colaborativo de nuestros días?

Priscilla Hernández Flores, *Editora Regional (Connectas.org).*
Luis Ricardo Villaroel Rivera, *Director Ejecutivo de RTV Comunicaciones.*
Daniela Pastrana, *Periodista Editora General Pie de Página.mx*

6

13:00 A 14:00 hrs.

La unión del periodismo de datos y el periodismo colaborativo, ¿una lucha por la credibilidad en los procesos electorales?

Más allá del hecho de que los *poll of polls* son una suerte 'promediador' de encuestas; son, antes bien, la unión del periodismo de datos y el colaborativo. En el Mundo, son numerosos los casos que indican que las encuestas se encuentran sujetas a una gran variedad de fuentes de error [muestrales y no-muestrales], causando efectos impredecibles en una contienda electoral [*efecto underdog* o *efecto bandwagon*]. En México, este paradigma se estrenó con ORACULUS. Pero... ¿Qué relevancia tendrán en la era digital y en las elecciones?

Enrique Valadez González, *Director Editorial NOTIMEX.*
Alfredo Sabbagh Fajardo, *Docente Investigador Universidad del Norte (Barranquilla).*
Álvaro Delgado, *Periodista Revista Proceso - México.*

28 noviembre

7

16:00 A 17:00 hrs.

Periodismo algorítmico: cuando los robots escriben las noticias. Las ‘Filter Bubble’: algoritmos que aislan de la información. Construyendo sus propias burbujas ideológicas o culturales

Los algoritmos, los robots, esto es, las herramientas de gestión de datos, están dando forma a un nuevo periodismo. El periodismo algorítmico que, en los hechos, supone “periodismo sin periodistas”. ¿Cómo? Los textos periodísticos se caracterizan por un esquema de escritura que los algoritmos pueden emular a la perfección. No obstante, este nuevo paradigma periodístico ha traído consigo efectos: el filtro burbuja [filter bubble]. Ese ese universo que aísla a las personas creando una burbuja cultural e ideológica.

Alejandro Piscitelli, *Director Taller de Procesamiento de Datos de la Universidad de Buenos Aires.*

Rodrigo Ramírez Pino, *Director Ejecutivo Red de Televisión Universitaria Universidades del Estado - Chile.*

Alejandro Páez Varela, *Director de Contenidos de SinEmbargo.mx*

8

17:30 A 18:30 hrs.

Los debates televisados: ¿un nuevo debate entre el rating y el share social?

Los debates televisados tienen más de media centuria de vida. La medición del rating aportó datos cuantitativos y demográficos del espectador audiovisual. No obstante, criterios cualitativos fueron omitidos. Ahora, es posible medir los comentarios, críticas y opiniones de las audiencias, desde las redes sociales. Es en la ‘audiencia social’ donde se registran reacciones, conceptos y hashtags vinculados a un contenido en específico. ¿Qué utilidad tienen ambas métricas? ¿Una es mejor que otra? ¿Complementarios o antagónicos?

Gabriel Sosa Plata, *Defensor de las Audiencias Canal 44 y Radio UDG.*

Omar Cepeda Castro, *Director y Conductor de la Agencia Informativa de Educación de México.*

Gabriela Warkentin.

19:00 A 20:00 hrs.

V Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias: experiencias sobre derechos de las audiencias I (OID)

Amparo Pérez, *Defensora del Televidente, Caracol TV.*

Beatriz Solís Leree, *Defensora de las Audiencias del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano.*

Alma González Figueroa, *Defensora de las Audiencias del Instituto Morelense de Radio y TV.*

29 noviembre

9

10:00 A 11:00 hrs.

Revoluciones online: ¿periodismo convencional vs periodismo digital?

Las redes sociales han mostrado un poder político sin precedentes para derrocar regímenes autoritarios: La Primavera Árabe, es su más representativo botón de muestra. Existen otros movimientos políticos de gran relevancia: ‘Movimiento de los Indignados’, El #YoSoy132 en México, por ejemplo. El “big bang” de las ‘revoluciones online’ inició con discusiones altamente virales en redes. Sin embargo, ¿Cuál fue el papel que asumió el periodismo convencional frente a estos movimientos o revoluciones digitales?

Gustavo Gómez, *Director Ejecutivo de OBSERVACOM.*

Fábio Chateaubriand Borba, *Director de Redes TVCULTURA.*

Lorna Chacón Martínez, *Presidente Ejecutivo Sistema Nacional de Radio y Televisión Costa Rica (SINART).*

10

11:30 A 12:30 hrs.

Periodismo pictográfico ¿cómo contar la posverdad en imágenes?

El periodismo pictográfico tiene que ver con la comunicación de la información a través de expresiones gráficas: diagramas, dibujos o imágenes. Se trata de un nuevo paradigma de periodismo que es enfáticamente didáctico, a efectos de decirnos cómo funcionan las cosas. No persigue la noticia *per se*, sino la comprensión de ésta. Es una innovadora forma de contar historias, noticias y narrativas de manera visual e interactiva, con la más loable intención de erradicar la posverdad haciendo uso de imágenes.

Gabriel Torres Espinoza, *Director Canal 44 y Presidente de ATEI.*

Alejandro Piscitelli, *Director Taller de Procesamiento de Datos de la Universidad de Buenos Aires.*

Carlos A. Scolari, *Departamento de Comunicación en la Universitat Pompeu Fabra, de Barcelona.*

11

13:00 A 14:00 hrs.

¿Un posperiodismo para la posverdad?

En 2016, la palabra « *posverdad* » fue declarada 'palabra del año' por el diccionario de Oxford, que la definió como "toda información que no se basa en hechos objetivos, sino que apela a las emociones, creencias o deseos del público". Viene a definir una era en la que algo que aparente ser verdad, es más importante que la verdad. ¿Qué alienta la posverdad? Sin duda, la característica por antonomasia de la información en la era digital: la inmediatez. Entonces, ¿Qué rol debe asumir el periodismo ante estos fenómenos?

Carlos Puig, *Milenio Televisión y Diario.*

Arturo Wallace, *Periodista de BBC Mundo y el Servicio Mundial de la BBC.*

Raúl Trejo Delarbe, *Investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.*

12

16:00 A 17:00 hrs.

Periodismo y experimentación: las noticias llevadas al laboratorio

En este programa se propone analizar el surgimiento y popularización de los laboratorios periodísticos dentro de los medios de comunicación, como estrategias para la generación de contenidos disruptivos; la experimentación con nuevos abordajes informativos de los hechos y su constitución como espacios para la actualización profesional de los reporteros y la renovación de los flujos de trabajo de las redacciones de noticias.

Omar García, *Coordinador de #44LAB Canal 44 UDG.*

Fabiola Torres, *ICFJ Knight Fellow para América Latina.*

Darwin Franco, *Director Sitio Periodismo de Investigación "ZonaDocs"*

17:30 A 18:30 hrs.

V Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias: experiencias sobre derechos de las audiencias II (OID)

Bernardo Masini, *Profesor e investigador del ITESO.*

Álvaro Guadiana, *Defensor de las Audiencias de Frecuencia TEC y de Radio UAC.*

Felipe López Veneroni, *Defensor de las Audiencias de OnceTV.*

Modera: Antonio Zavalet, *Defensor de las Audiencias de Radio Chapingo, México.*

INVITADOS

 <p>Alberto Rodríguez Secretario de Comunicación Universidad Nacional Mar de Plata <i>Argentina</i></p>	 <p>Priscila Hernández Editora Regional (Connectas.org) <i>Colombia</i></p>	 <p>Alejandro Páez Director de Contenidos de SinEmbargo.mx <i>México</i></p>	 <p>Emilio Sánchez Director Agencia EFE en México <i>México</i></p>	 <p>Omar García Coordinador de #44LAB Canal 44 UDG <i>México</i></p>
 <p>Alejandro Piscitelli Director Taller de Procesamiento de Datos de la Universidad de Buenos Aires <i>Argentina</i></p>	 <p>Alexandra Falla Directora de la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano <i>Colombia</i></p>	 <p>Álvaro Delgado Periodista Revista Proceso - México <i>México</i></p>	 <p>Enrique Valadez Director Editorial NOTIMEX <i>México</i></p>	 <p>Raúl Trejo Investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. <i>México</i></p>
 <p>Mariana Loterszpil Directora TEC TV. Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación Productiva <i>Argentina</i></p>	 <p>Germán Pérez Gerente del Canal ZOOM <i>Colombia</i></p>	 <p>Ángel Plascencia Productor de AJ+ Español <i>México</i></p>	 <p>Gabriel Sosa Defensor de las Audiencias Canal 44 y Radio UDG - México <i>México</i></p>	 <p>Aarón Peralta Director General del Sistema Nacional de Televisión Canal 6 <i>Nicaragua</i></p>
 <p>Fábio Chateaubriand Director de Redes TVCULTURA <i>Brasil</i></p>	 <p>Lorna Chacón Presidente Ejecutivo Sistema Nacional de Radio y Televisión Costa Rica (SINART) <i>Costa Rica</i></p>	 <p>Armando Casas Director General de TVUNAM <i>México</i></p>	 <p>Gabriel Torres Director Canal 44 y Presidente de ATEI <i>México</i></p>	 <p>Fabiola Torres ICFJ Knight Fellow para América Latina <i>Perú</i></p>
 <p>Ricardo Taira Coordinador General de Periodismo, (TV Cultura - Brasil) <i>Brasil</i></p>	 <p>Carlos A. Scolari Departamento de Comunicación en la Universitat Pompeu Fabra, de Barcelona <i>España</i></p>	 <p>Arturo Velázquez Director General del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa. ILCE <i>México</i></p>	 <p>Gabriela Warkentin <i>México</i></p>	 <p>Elodie Martínez Coordinadora de Redes Sociales Factual(Agencia France-Presse) AFP <i>México</i></p>
 <p>Luis Villaroel Director Ejecutivo de RTV Comunicaciones <i>Chile</i></p>	 <p>Miquel Francés Secretario de la Asociación de las Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas <i>España</i></p>	 <p>Carlos Puig Milenio Televisión y Diario <i>México</i></p>	 <p>Guillermo Orozco Jefe del Departamento de Estudios de la Comunicación Social Universidad de Guadalajara <i>México</i></p>	 <p>Omar Cepeda Director y Conductor de la Agencia Informativa de Educación de México <i>México</i></p>
 <p>Rodrigo Ramírez Director Ejecutivo Red de Televisión Universitaria Universidades del Estado - Chile <i>Chile</i></p>	 <p>Nuria Fernández Investigadora y Consultora en el Ámbito de la Comunicación Política <i>España</i></p>	 <p>Daniela Pastrana Periodista Editora General Pie de Página.mx <i>México</i></p>	 <p>Iván Carrillo Conductor Noticiero Científico y Cultural Iberoamericano- NCC <i>México</i></p>	 <p>Darwin Franco Director Sitio Periodismo de Investigación "ZonaDocs" <i>México</i></p>
 <p>Alfredo Sabbagh Docente Investigador Universidad del Norte (Barranquilla) <i>Colombia</i></p>	 <p>Arturo Wallace Periodista de BBC Mundo y el Servicio Mundial de la BBC <i>Inglaterra</i></p>	 <p>Consuelo Cepeda Periodista, Investigadora y Defensora del Televidente del Canal RCN <i>Colombia</i></p>	 <p>Cynthia Ottaviano Defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina <i>Argentina</i></p>	 <p>Gustavo Gómez Director Ejecutivo de OBSERVACOM <i>Perú</i></p>
 <p>Javiera Olivares Periodista <i>Chile</i></p>	 <p>Mario Mantilla Comunicador social-periodista y Defensor del Televidente del Canal TRO <i>Colombia</i></p>			

ALGUNAS INSTITUCIONES QUE SE HAN VINCULADO A TVMORFOSIS



PLATAFORMAS DE DIFUSIÓN

Señal de Televisión: los programas se emiten EN VIVO a través de la señal de televisión del canal del productor anfitrión. Adicionalmente, se distribuye a los socios de ATEI, ABTU y La Red México para su difusión en vivo o diferido (más de 150 canales en total).

Vía Satélite

Satelite Eutelsat 113WA
Frecuencia : 3828.950 Mhz
Polaridad: Horizontal
Symbol rate : 4.5 Msym
FEC : 3/4
DVB-S2, 8PSK
Roll-off factor 0.35
Video en H.264 , servicio 1.

Streaming en vivo: a través del sitio web oficial
<http://www.tvmorfofosis.com>

Transmisión digital simultánea: Los programas son emitidos simultáneamente a través de las señales de YouTube, Facebook Live y Periscope.

Facebook: cobertura en vivo del minuto a minuto con publicaciones, fotografías y dinámicas para asistentes presenciales y remotos.

Instagram: publicación de fotografías y actividades de activación de marca con seguidores y asistentes.

Aplicación gratuita para dispositivos **iOS** y **Android**



NUMERALIA

Países sede:

5

(México, Colombia, Brasil, España, Costa Rica)



Temporadas:

24



Programas de TV:

+240

Talleres /
mesas redondas:

+42



Libros publicados:

9

6 México
2 España
1 Brasil



Presentaciones
de libros:

16

NUMERALIA

Asistentes
presenciales:

+35,000



Asistentes
no presenciales:

+125,000

Publicidad
exterior:

+1,000

piezas

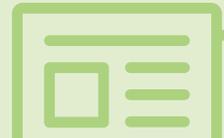


Marcas
patrocinadoras:

+490

Notas en medios
iberoamericanos:

+1,700



Artículos
promocionales:

+100,000

distribuidos

Impactos en
internet:

**+10
millones**



Inserciones en
medios impresos:

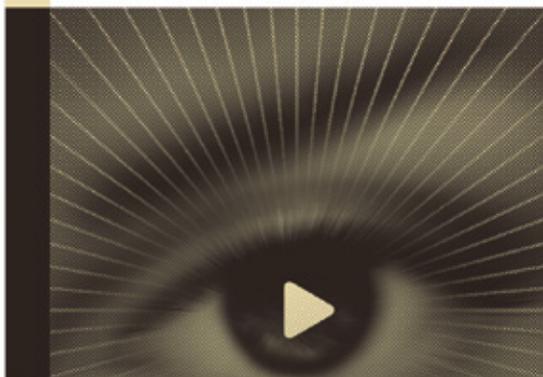
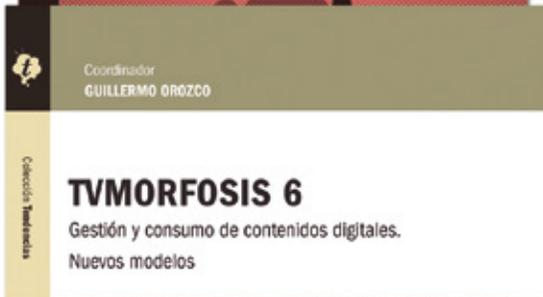
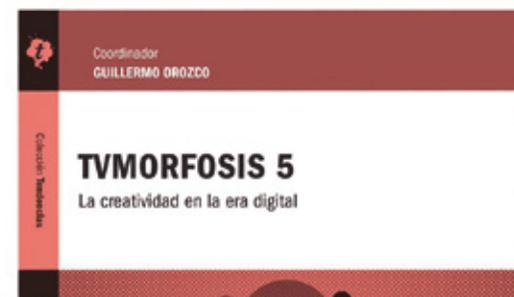
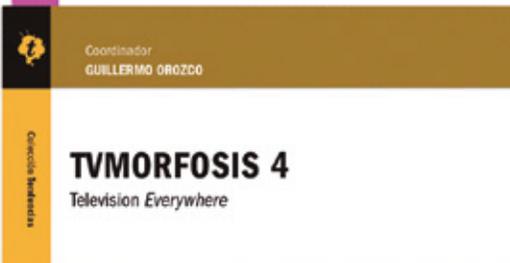
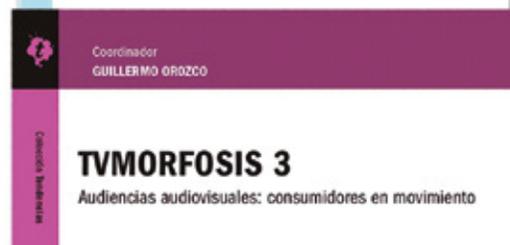
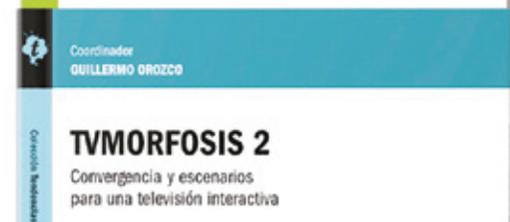
+200

Spots de
radio y TV:

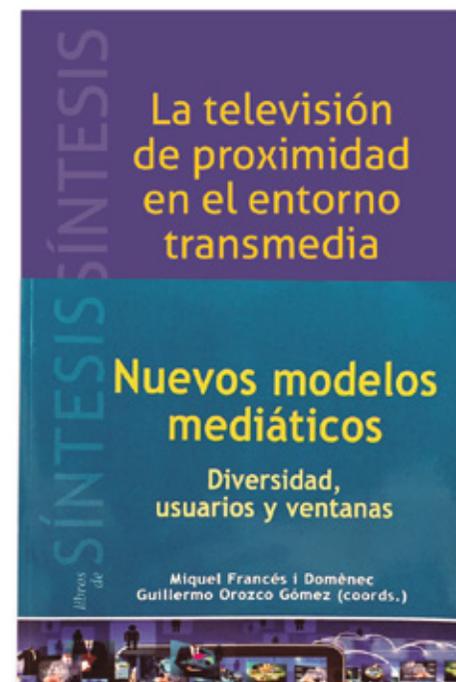
+40,000

Cada temporada se convierte en tendencia en Twitter con el *hashtag* **#TVMORFOSIS**.

COLECCIÓN TVMORFOSIS



EDICIONES ES



EDICIÓN BRA



#tvmorfosis

PERIODISMO, EN LA ERA DE LA POSVERDAD

Noviembre 27, 28 y 29 · Expo Guadalajara

tvmorfosis.com



TVMORFOSIS



@TVMORFOSIS



+52 (1) 33 22 42 06 90