

RESUMEN

Los mercados a nivel mundial han mostrado cambios en las formas de consumo de contenido audiovisual. Esto responde a la aparición de nuevos rasgos formales en la cultura con la de un nuevo tipo de vida social y un nuevo orden económico característicos de la posmodernidad. El poder que tiene ahora el consumidor ha crecido de manera paralela a los avances tecnológicos en el cambio de la transmisión y difusión de información: la digitalización ha obligado a los medios de comunicación tradicionales a replantear la forma en la que ofrecen contenido audiovisual. Por esta razón, cadenas de televisión tradicional buscan crear sinergia entre su oferta al aire y una plataforma en línea adaptada a las necesidades del aún emergente consumidor digital. A raíz de esta tendencia global, la siguiente investigación toma como principal objetivo evaluar el proceso de mediación que la empresa televisiva *E! Entertainment Television* implementa a través del proyecto *E! Now* para llegar al consumidor digital en Latinoamérica. Para cumplir con el objetivo se tomaron investigaciones previas que permitieron conocer las características, las necesidades y el contexto en que opera el consumidor digital en Latinoamérica, al igual que se realizaron entrevistas calificadas a expertos en el área de comunicación audiovisual y nuevas mediaciones. La evaluación del proceso de mediación se hizo con la Metodica HazMedia. Finalmente, se realizó un estudio de la plataforma *E! Now* donde se identificaron las fortalezas y debilidades de la misma en el mercado actual.

Palabras claves: televisión, contenido audiovisual, consumidor digital, streaming, TV Everywhere, sinergia mediática.

SUMMARY

Markets worldwide have shown changes in the forms of consumption of audiovisual content. This reflects the emergence of new formal features in culture with a new type of social life and a new economic order characteristic of postmodernism. The power of the consumer has grown parallel to technological advances in changing the transmission and dissemination of information: digitalization has forced traditional media to rethink the way they offer audiovisual content. For this reason, traditional TV networks seek to create synergy between their live TV offer and an online platform adapted to the needs of the still emerging digital consumer. Because of this global trend, the following investigation takes as its main objective to evaluate the mediation process that the television company *E! Entertainment Television* implemented through the project *E! Now* to reach the digital consumer in Latin America. To meet the objective, previous researches were taken to determine the characteristics, needs, and the context in which the digital consumer operates in Latin America; interviews were done to qualified experts in the area of audiovisual communication and new mediations. The evaluation process was done with the Methodical HazMedia. Finally, a study of the *E! Now* platform was conducted to identify its strengths and weaknesses in today's market.

Keywords: television, audiovisual content, digital consumer, streaming, TV Everywhere, media synergy.