
EL PROCESO DE DOMESTICACIÓN DE LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE. UN ESTUDIO DE CASO EN LA CIUDAD DE PARANÁ, ENTRE RÍOS, ARGENTINA¹

Diana Carolina Deharbe

Resumen:

El objetivo del siguiente artículo es dar cuenta sobre las prácticas de consumo cultural asociadas a la Televisión Digital Terrestre (TDT) en usuarios de la ciudad de Paraná, Entre Ríos, en el cual nos cuestionamos en qué medida las ventajas comparativas que avizora la televisión digital respecto a la televisión analógica, generan nuevos hábitos de consumo audiovisual.

Debido a la novedad y a la corta edad de la implementación de la TDT en nuestro país, hay pocas investigaciones disponibles y la mayoría de los trabajos académicos apuntan a describir el estado de implementación de las políticas de TDT. Por tanto, la originalidad de nuestro trabajo reside en recuperar la perspectiva teórica-metodológica anclada en los Estudios Culturales para re-pensar la relación entre las tecnologías y sus hábitos de uso y consumo.

Para la construcción de los datos se utilizó la técnica de la entrevista en profundidad y se adoptó el modelo de “domesticación de la tecnología” de Roger Silverstone para la organización del cuestionario. Respecto a la técnica para el análisis de los datos se optó por un análisis interpretativo-crítico de los nudos recurrentes de sentido que aparecen en el corpus de entrevistas en relación a las prácticas de consumos culturales asociados a la TDA.

Los resultados de nuestra investigación muestran que los usuarios entrevistados afirmaron seguir teniendo los mismos hábitos de consumo que antes de la llegada de la televisión digital a sus hogares.

Palabras claves: Consumo Cultural, Estudio de caso, TDA, TDT, Uso

1- El presente artículo retoma y amplía discusiones de la ponencia presentada en el XIV Encuentro Nacional de Carreros de Comunicación Social (ENACOM) organizados por la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS), la Universidad Nacional de Jujuy y la Universidad Católica de Santiago del Estero los días 28, 29 y 30 de septiembre del año 2016 en la ciudad de San Salvador de Jujuy, Jujuy, Argentina.

THE DOMESTICATION PROCES OF THE DIGITAL TERRESTRIAL TELEVISIÓN. A STUDIE CASE IN THE CITY OF PARANÁ, ENTRE RÍOS, ARGENTINA.

Abstract:

The objective of the following article is to account for the cultural consumption practices associated with Digital Terrestrial Television (DTT) in users of the city of Paraná, Entre Ríos, in which we question the extent to which the comparative advantages of digital television in relation to analogue television, generate new habits of audiovisual consumption.

Due to the novelty and the short age of DTT implementation in our country, there is little research available and most of the academic work aims to describe the state of implementation of DTT policies. Therefore, the originality of our work lies in recovering the theoretical-methodological perspective anchored in Cultural Studies to re-think the relationship between technologies and their habits of use and consumption.

For the construction of the data was used the technique of the interview in depth and the model of 'domestication of the technology' of Roger Silverstone was adopted for the organization of the questionnaire. Regarding the technique for data analysis, we opted for an interpretative-critical analysis of the recurrent sense nodes that appear in the corpus of interviews in relation to cultural consumption practices associated with the Open Digital Television (ODT).

The results of our research show that the interviewed users affirmed that keep having the same consumption habits as before the arrival of digital television in their homes.

Key Words: Cultural Consumption, Study case, TDA, TDT, Use

Introducción

Estudiar el proceso de emergencia y consolidación del modelo de Televisión Digital Terrestre implica indagar en primer lugar, sobre el estado de las industrias culturales y los cambios que ha generado la digitalización de los soportes en el modelo de producción, distribución, comercialización y consumo de los bienes simbólicos.

La digitalización de la televisión hertziana demostró ser una fase más en la historia del medio que marca el comienzo de nuevos modos de ver, hacer, sentir, producir y consumir TV. Desestimados los discursos sobre su extinción, la televisión se reinventó y resiste como dispositivo social, económico, cultural y tecnológico de producción de sentidos. Hechos realidad los discursos sobre la ubicuidad y centralidad de las pantallas, la televisión y en este caso puntual, la TV digital se convierte en una instancia de mediación para ordenar la vida cotidiana, redefinir los espacios, las temporalidades y re-construir la memoria y las representaciones colectivas.

Bajo la bandera del optimismo tecnológico la transición hacia la televisión digital fue promovida por los organismos internacionales de regulación en telecomunicaciones como un proceso natural e inevitable en el marco de la convergencia tecnológica sostenida por el proyecto de la Sociedad de la Información, motivo por el cual muchos países se vieron obligados a planificar

su introducción invirtiendo altísimas sumas de dinero público sin tener objetivos claros al respecto.

En este trabajo, TDT remitirá en primer lugar, al proceso de digitalización de la señal de televisión por ondas o hertziana que comenzó con la digitalización de las redes de pago y siguió con la televisión abierta y masiva. Este fenómeno, remite no sólo a las transformaciones tecnológicas que sufre el medio sino también a los cambios socioculturales de raíz profunda caracterizados por una explosión y multiplicación de las audiencias y los contenidos, géneros y narrativas que esta demanda y su modo de vincularse con la tecnología. Pero también incluye las transformaciones en los sistemas de producción, en las redes de circulación de contenidos y los cambios en los modelos de negociación y financiación de la industria audiovisual (Bustamante, 2012).

Conceptualmente, televisión digital refiere a “(...) un sistema de transmisión digital que consiste en el muestreo y codificación de las imágenes en un flujo de datos binarios (ceros y uno) que cabalga sobre la red de distribución de la TV hertziana analógica y puede ser recibido por las mismas antenas con un costo de adaptación” (Bizberge, 2010: 60). Para sintonizarla los usuarios pueden optar por un receptor digital externo denominado *set-top-boxes*, un decodificador¹ que se conecta a la TV tradicional o por un televisor digital integrado (IDTV) que ya viene equipado con el receptor y soporta tanto la señal analógica y la digital.

Otra de las características inherentes a la TDT es la interactividad. Desde nuestra perspectiva televisión interactiva (TVi) remite a la “(...) posibilidad que la gente desde su propia casa y usando su control remoto, se pueda comunicar con las empresas de comunicación, interfiriendo, sugiriendo cosas, votando, participando de los programas y de las narrativas televisivas” (Kantor *et al.*, 2013: 43).

Más allá de las ventajas que implica la TDT en el abaratamiento de los costos de producción, en la emergencia de nuevos modos de distribución y comercialización más flexibles y directos por la desaparición de los intermediarios, así como también las mejoras técnicas respecto a la calidad de imagen y sonido en alta definición y un uso más eficiente del espectro

1- La finalidad del set-top-box o decodificador es descomprimir la señal de TDT para que pueda ser visualizada en un televisor analógico.

radioeléctrico²; es en la esfera del uso y el consumo en donde se aprecian los cambios más radicales. Los estudios de audiencia demuestran que cada vez son más aquellos usuarios que prefieren una experiencia de visionado individual, interactivo y hasta “auto-realizado” por ellos mismos.

Después de idas y vueltas en torno a la adopción del estándar tecnológico³ para la TDT, en Argentina⁴ la televisión digital nació oficialmente el 31 de agosto de 2009 mediante el decreto presidencial N° 1148/9⁵. La reglamentación creó el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVDT) y estableció que la transición digital se efectuará bajo la adopción del estándar tecnológico nipón-brasileño: el *Integrated Service Digital Broadcasting Terrestrial* (ISDB-T)⁶.

Rápidamente, nuestro país se convirtió en un modelo a imitar en materia de televisión digital y derechos de la comunicación no sólo por el protagonismo y la labor de gestión política que ha tenido el Estado que, “resultó determinante en el lanzamiento y el desarrollo de la TDT, al punto que no encuentra parangón en los países vecinos” (Mastrini *et al.*, 2012: 70); sino

2- Con “uso eficiente” estamos haciendo mención al hecho de que la TV digital permite canalizar más canales, entre cuatro y seis de baja resolución con el mismo ancho de banda que hoy ocupa un solo canal analógico.

3- Se denomina estándar a la combinación de compresión de video, audio, sistemas de transmisión (por ondas terrestres, vía satélite o por cable) y servicios interactivos en una misma norma; su objetivo es poder comprimir y transmitir la mayor cantidad de información en el menor espacio o ancho de banda. En la actualidad existen cuatro estándares para la TDT: ATSC (norteamericano); DVB (europeo); ISDB-T (japonés) y DMB-T/H (Chino).

4- El proceso de adopción de un estándar para la televisión digital en nuestro país se inició en los años '90. En el año 1998 y bajo la presidencia de Carlos Menem nuestro país había adoptado la norma estadounidense ATSC. Años más tarde y luego de que Brasil adoptara el ISDB-T, la ex presidente Cristina Fernández de Kirchner pide revisar esta decisión y con la firma de la Declaración Conjunta de septiembre del año 2008 la TV digital da los primeros pasos en nuestro país bajo la adopción del estándar nipón-brasileño.

5- Los decretos N° 364/10; 835/2011; 1010/10; 2456/14, la Res. N° 1329/2014 y la Ley Argentina Digital N° 27.678 completan el marco normativo de la TDT.

6- El ISDB-T fue desarrollado por la NHK con el apoyo de Sony y adoptado por Japón en el año 1999. Su adopción se popularizó luego de que Brasil le introdujera modificaciones significativas relacionadas con la creación de un novedoso middleware, la resolución de imagen y la recepción en movilidad generando el ISDB-Tb Internacional o versión nipo-brasileña.

también por el hecho de impulsar la adopción de un estándar tecnológico que favoreciera la integración regional a nivel del Mercosur⁷ y apostar al desarrollo de la industria nacional en materia de fabricación de equipamiento de alta tecnología.

Con el objetivo de fortalecer y consolidar la naciente televisión digital el gobierno de la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner, distribuyó gratuitamente decodificadores terrestres y satelitales en todo el país mediante el plan *Mi TV Digital*⁸; apostó a la ampliación del tendido de fibra óptica para el transporte de datos mediante el plan *Argentina Conectada*, así mismo y en materia de infraestructura construyó más de 78 antenas terrestre que irradian la señal digital al 82% de la población total del país.

Por otro lado y en materia de fomento a la producción de contenidos audiovisuales de calidad se lanzó el programa *Polos Audiovisuales Tecnológicos*⁹ y creó plataformas digitales abiertas para la difusión y circulación gratuita de contenidos tales como el *Árbol de Contenidos Universales Abiertos* (ACUA), el *Banco de Contenidos Universales Digitales* (BACUA) y *Contenidos Digitales Abiertos* (CDA) y ODEON¹⁰. La diversificación de la grilla de programación de la TDA es otro de los puntos nodales de la plataforma con más de 30 canales de alcance nacional y otros tantos de alcance regional¹¹.

7- Los países del Mercosur que siguieron el camino marcado por Argentina y Brasil en la adopción del estándar tecnológico y en la actualidad utilizan ISDB-T para sus transmisiones de TV digital son Chile, Bolivia, Uruguay, Paraguay, Perú, Ecuador y Venezuela.

8- El objetivo de *Mi TV Digital* y *Mi TV Digital Satelital* fue garantizar el acceso de los sectores sociales más vulnerables al servicio de TDT mediante una política de inclusión tecnológica. Su finalidad es garantizar el acceso de manera gratuita los set top boxes (STB) para que aquellos actores sociales que estén en riesgo de quedar excluidos del proceso de digitalización, puedan recibir la señal abierta.

9- El objetivo del programa *Polos Audiovisuales Tecnológicos* era la construcción de una red de polos de producción de contenidos audiovisuales para la televisión digital donde serían las universidades nacionales, en articulación y cooperación con otros actores sociales como cooperativas, Pymes, ONG, televisoras locales, etc.; las responsables de la producción. Para ampliar ver en: González, L. y García Germanier, F. (2014). "Tv Digital y Polos de Producción Audiovisual: el proceso de creación de contenidos en los nuevos espacios". *Revistas Trampas de la Comunicación y la Cultura*, Año 11, N° 77. 61-68. La Plata: UNLP. Disponible en: <http://www.revistatrampas.com.ar/2014/10/el-proceso-de-creacion-de-contenidos-en.html>

10- ODEON es la nueva plataforma de video a demanda gratuita desde la cual se pueden descargar los contenidos de producción nacional.

11- Dentro de los canales de TDA con alcance regional se encuentran los canales

Con respecto al anclaje geográfico de nuestra investigación, en la provincia de Entre Ríos a la actualidad se han entregado más de 18.000 decodificadores digitales. Se han puesto en funcionamiento 4 Estaciones Digitales Terrestres (EDT) en las ciudades de Paraná, Gualeguaychú, Concordia y Concepción del Uruguay que, teniendo en cuenta la población total de la provincia y la distribución de las localidades en el territorio estamos frente a una penetración del servicio de TDA de casi 70%. Con respecto a la Televisión Digital Satelital (TDS) en la provincia de Entre Ríos, la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC) y AR-SAT han instalado nuevas antenas satelitales en lugares donde no llega la señal de las antenas terrestres y se calcula que alrededor de 5.929 hogares rurales poseen su decodificador digital satelital¹².

Por otro lado y con respecto al plan nacional *Argentina Conectada*, la provincia de Entre Ríos ya lleva 1.400 kilómetros de fibra óptica soterrados, lo que implicaría un avance de obra de casi el 80% de los 1.768 kilómetros planificados para el territorio provincial. Posteriormente la cifra se amplió hasta llegar a los 2.800 kilómetros de tendido de fibra óptica para el transporte de datos. Sin embargo, nuestra provincia aún no cuenta con señales televisivas propias y los intentos por emplazar los CEPAS¹³ han quedado truncos.

Objetivos de la investigación

Nuestra investigación se propuso estudiar en primer lugar, las prácticas de consumo cultural asociadas a la TDA en usuarios de la ciudad de Paraná,

pertenecientes a las universidades nacionales que están contemplados dentro del 33% de frecuencias radioeléctricas que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) reserva para el sector de los medios sin fines de lucro en el art. 89° inc. d. Actualmente hay 7 canales universitarios digitales incorporados a la TDA: TV Universidad (UNLP); Canal Universitario del Noroeste (UNGS); Canal Universidad de Mar del Plata (UNMDP); Uni Río TV (UNRC); Uni TV (UNVM); Señal U (UNCu) y UNRN.TV (UNRN).

12- Las localidades alcanzadas por los kits satelitales son: Basavilbasso, Urdinarrain, Bovril, Villa Clara, Rosario del Tala, La Paz, Santa Elena, Hernandarias, Hasenkamp, Villa Paranacito, Ceibas, Gualeguay, Gral. Galarza, Gob. Mansilla, Villaguay, Federal y Feliciano. Para más información: www.tdasatelital.arsat.com.ar.

13- Dentro de la política de los Polos Audiovisuales, el objetivo de los Centros Públicos de Producción Audiovisual (CEPAS) era democratizar el acceso al equipamiento necesario para la producción de contenidos audiovisuales de calidad para la TDA.

Entre Ríos; segundo, conocer cuáles eran los sentidos que los usuarios le atribuían a tales prácticas; tercero, relevar la emergencia de nuevas prácticas de consumo cultural asociadas a la interactividad, el uso y la recepción de la televisión en movilidad y por último, problematizar los modos de ver televisión, su variación, permanencia y los posibles factores de cambio a través de la voz de los usuarios entrevistados¹⁴.

Sostenemos que las transformaciones tecnológicas de un medio de comunicación redefinen sus usos, características y generan la aparición de nuevos hábitos de consumo audiovisual (Terrero, 1999); en este sentido nos preguntamos en qué medida las ventajas comparativas que avizora la televisión digital (mejor calidad de sonido e imagen, ampliación de la oferta de canales y contenidos, servicios interactivos, nuevos operadores del tercer sector, etc.) respecto a la televisión analógica, generan nuevos hábitos de consumo audiovisual.

Algunos estudios exploratorios recientes sostienen que “(...) no se advierten modificaciones significativas con la tda respecto de la tv tradicional o del cable. El tiempo dedicado a ver televisión continúa siendo el mismo. Sin embargo, es posible mencionar la tendencia a la utilización de nuevos servicios que ofrece la tv digital como la guía electrónica de programación” (Mastrini *et al.*, 2014: 81). Otra de las investigaciones relevadas señala que la TDT se integra al hogar del mismo modo que lo hace la tv analógica o tradicional y que no hay diferencias sustanciales en cuanto a los usos que los usuarios le dan a una u otra, “(...) los usos actuales de la televisión digital no parecen posicionar a los usuarios en una situación diferente, particularmente en el despliegue de competencias tecnológicas o en una atribución de sentido distinta en sus vidas cotidianas” (González Gartland, 2014: 200).

En una instancia de investigación anterior¹⁵, lugar de referencia y punto de partida para el estudio actual, indagamos desde un punto de vista cuantitativo y mediante el uso de encuestas, sobre el impacto de las políticas de TDT en

14- El presente artículo recupera parte de la investigación generada en instancias de la tesis de la Licenciatura en Comunicación Social (Facultad de Ciencias de la Educación-Universidad Nacional de Entre Ríos) que tuvo como objetivo estudiar el consumo cultural de la Televisión Digital Abierta (TDA) en usuarios de la ciudad de Paraná, Entre Ríos.

15- Deharbe, D (2013). Televisión Digital Terrestre: una aproximación sobre el uso, la apropiación y el consumo de los paranaenses” Informe Final de Práctica Curricular. Directora: Mg. Gabriela Bergomás, Co-Director: Gustavo Hennekens. Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos. (Inédito).

la ciudad de Paraná, Entre Ríos. Nuestro objetivo fue diagnosticar el estado de implementación del plan “Mi TV Digital”, la apropiación del medio, distribución geográfica de los STB, cantidad de beneficiarios y conocer los usos y expectativas de los beneficiarios sobre el servicio.

Los resultados de nuestra investigación demostraban que, en el período 2012-2013 la penetración de la TDA en la ciudad de Paraná era escasa y que la mayoría de los usuarios optaba por seguir pagando el cable o bien se inclinaba a tener ambos sistemas ya que la TV digital, desde su perspectiva, no cumplía con sus expectativas. De los 31 encuestados, la mayoría no usaba el STB porque “no sabían cómo instalarlo”.

Los problemas técnicos con la instalación del servicio, la baja calidad de la señal, la ausencia del Estado para orientarlos en el proceso de uso del servicio, la poca presencia de los contenidos buscados (en especial, ficciones como telenovelas, películas, series y contenidos regionales) y una grilla con pocas señales (recordemos que estamos hablando de la primera etapa de la TDA), desestimaban el consumo del servicio. Sin embargo, los usuarios encuestados ya destacaban la “calidad de los contenidos”, en especial, de las señales infantiles siendo el *Fútbol para Todos*, lo más valorado por los usuarios de la TV digital en ese entonces.

La TDA como objeto de estudio

La construcción de nuestro enfoque teórico-metodológico se nutrió de la articulación de categorías y conceptos provenientes de diferentes disciplinas de las Ciencias Sociales, principalmente, los Estudios Culturales y los Estudios Latinoamericanos de Comunicación y Cultural y de investigaciones que estudian el uso y consumo de la televisión en general y de la TDT, en particular. A continuación, puntuaremos brevemente aquellas categorías principales de nuestro proceso de indagación.

Caracterizamos a la televisión digital como una *tecnología doméstica* (Silverstone, 1994) cuyo visionado es una práctica y actividad que se realiza dentro de ciertas relaciones sociales. Esto implica por un lado, que no hay televidentes individuales por fuera de los marcos de referencia de la cotidianeidad y en segundo lugar, que la actividad de mirar TV siempre está acompañada de la realización de otras actividades de tiempo libre que actúan de complemento (Morley, 1996).

Segundo, el concepto de televisión digital hará alusión en nuestra investigación a una forma económica, política, cultural, social y psicológica; una tecnología doméstica¹⁶ que se inserta dentro de un sistema socio-técnico y en los múltiples discursos de la vida cotidiana, “(...) la televisión ya no es una tecnología mediática aislada (si alguna vez lo fue), sino que se inserta cada vez más en una cultura donde relaciones tecnológicas y mediáticas convergen y que incluye también la computación y las telecomunicaciones” (Silverstone, 1994: 14).

Para estudiar la dinámica del consumo de la televisión digital retomaremos el modelo de *domesticación de la tecnología* desarrollado por R. Silverstone (1994). La categoría de *domesticación* remite a “la capacidad de un grupo social (una casa, una familia, pero también una organización) para apropiarse de los artefactos tecnológicos y los sistemas de transmisión e incorporarlos a su propia cultura –sus propios espacios, sus propios tiempos, su propia estética y su propio funcionamiento-, para controlarlos y para hacerlos más o menos ‘invisibles’ dentro de las rutinas diarias” (Silverstone, 1994: 169). No todas las tecnologías son igualmente ‘domables’ y no todos los individuos comparten los mismos recursos para poder apropiárselas (domesticar); razón por la cual el proceso de domesticación es elástico y recorre los dos extremos de la ‘biografía’¹⁷ de una tecnología; desde su incorporación y apropiación completa hasta su marginalización y decadencia y olvido.

El proceso de domesticación implica también el ‘tránsito’ o ‘traslado’ de una tecnología u objeto del espacio público al privado; este pasaje entre fronteras transforma y re-significa los sentidos en torno a ese objeto. Roger Silverstone (1994) distingue seis momentos en el proceso de consumo de una tecnología: mercantilización, imaginación, apropiación, objetivación, incorporación y conversión.

16- Silverstone sostiene que la TV es un medio doméstico porque mediante sus rutinas, ritos, la programación, sus horarios, etc., brinda elementos que moldean la vida doméstica. Para ampliar ver en: Silverstone, R. (1994). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

17- Para R. Silverstone, las tecnologías tienen historias individuales, ‘biografías’ al igual que los individuos; estas historias “contribuyen a formar el carácter particular de una tecnología como objeto y a conferirle una condición cambiante dentro de las esferas pública y privada. Una vez que tales objetos cruzan el umbral de los espacios domésticos, su vida continúa y se manifiesta en los ambientes micro sociales y culturales del hogar” (Silverstone, 1994: 170)

Primero, la fase de mercantilización remite al estudio de la etapa de producción de un objeto previa a su inserción en el contexto hogareño que en nuestro caso incluye analizar el proceso implantación y desarrollo de la televisión digital terrestre en nuestro país, sus principales estrategias de promoción, de publicidad, su programación, la cuestión normativa, los procesos industriales y tecnológicos que involucra y que lo convierten en una mercancía¹⁸.

Segundo, la imaginación remite al proceso de construcción de una mercancía previo a su compra y en el marco de una economía capitalista, el discurso publicitario convierte esos bienes de consumo en objetos de deseo; la imaginación remite a las fantasías, imágenes, ideas o expectativas que posee el consumidor sobre ese bien y que en cierta medida impulsa su adquisición. En esta fase indagamos en primer lugar, de qué manera accedían los/as usuarios/as a la televisión digital abierta y segundo, si estos contaban con algún tipo de información o expectativas previas y en qué sentido habían influido o no en la decisión de optar por el servicio.

Tercero, la apropiación remite al momento en que en la mercancía se compra e ingresa al universo doméstico y pasa a ser propiedad de alguien. En esta etapa se preguntó sobre la *'experiencia televisiva previa'* (Sgammini, 2011) de los/as usuarios/as de TDA respecto a otros servicios de TV tratando de establecer continuidades y rupturas en los modos de ver televisión así como también dilucidar ventajas y desventajas del servicio.

Mientras que la objetivación remite a cómo se manifiestan los valores estéticos y el universo cognitivo y evaluativo de la economía moral en la disposición física y geográfica que hacen los sujetos de las tecnologías en el hogar; la incorporación destaca los usos y las temporalidades, es decir, esa cualidad que tiene la televisión de estructurar, mantener y acompañara las rutinas domésticas. Sgammini (2011) sostiene que es difícil discernir la frontera que separa ambas dimensiones porque ambas tienen lugar dentro del hogar e involucran cuestiones de edad, género y status familiar.

18- Debido a los límites de extensión del presente artículo, se decidió no incluir la fase de mercantilización. Sin embargo, se pueden consultar los trabajos de Albornoz y García Leiva (2012); Badillo Matos (2012); Badillo Matos y Sierra Caballero (2011); Bizberge (2010); Bizberge, *et al.* (2011); Deharbe y Miranda (2011); Deharbe (2013; 2014); Gómez (2012); González Gartland (2014); Labate (2012); Pauloni (2013); Mastrini *et al.* (2012; 2014) y Becerra (2013) para ampliar sobre la temática.

Para estudiar cómo se comporta la fase de objetivación de la televisión digital indagamos acerca de los contenidos y programas favoritos, el modo de informarse sobre la programación, el uso de los servicios interactivos y las actividades que acompañan el visionado de la TDA. Por último, relevamos qué otros medios de comunicación o dispositivos como el celular, la computadora, etc., afectaban o acompañaban el consumo de la TDA y con qué propósito se utilizaban durante la fase de incorporación. Nuestra finalidad fue poder construir de manera aproximativa un mapa de la convergencia tecnológica actual.

Decidimos no estudiar la fase de conversión porque se requerían otras estrategias teórico-metodológicas que excedían la construcción de nuestro objeto de estudio. Aun así y para cerrar el precedente desarrollo teórico mencionamos que, según Silverstone, esta etapa cierra la espiral del consumo y conecta todos esos sentidos re-elaborados mediante las operaciones de apropiación, objetivación e incorporación con la fase de la mercantilización, primera fase del proceso de consumo.

¿Qué sucede cuando se introduce una nueva tecnología o surgen nuevos medios de comunicación con las prácticas de uso?, ¿los usos vienen predeterminados por el dispositivo tecnológico y las posibilidades que éste ofrece?, ¿hay diferencias de impacto en los usos de acuerdo al contexto y a la cultura en la que dicha tecnología se inserta?, ¿en qué condiciones emerge un “nuevo uso”?

Respecto a los conceptos de uso y de consumo y en función de lo conceptualizado hasta ahora, nos propusimos estudiar a la TDT como un tipo particular de consumo cultural, es decir, como el proceso por el cual construimos significados y modos de la experiencia mediante la apropiación y el uso de los bienes simbólicos (Martín Barbero, 1999, 2002; Canclini, 1995; Bourdieu, 2013; Douglas e Isherwood, 1990).

La relación entre la tecnología, su uso, consumo y las prácticas en nuestro contexto regional y local debe pensarse desde la metáfora de la *no-contemporaneidad* “entre los productos culturales que se consumen y el lugar, el espacio social y cultural, desde el que esos productos son consumidos, mirados o leídos por las mayorías en América Latina” (Martín Barbero, 1999: 178). Dicha relación debe leerse como un *desfase* (Martín Barbero, 1999) entre los bienes culturales y el lugar desde el cual las mayorías latinoamericanas los consumen.

La televisión se fue incorporando paulatinamente a la vida social de nuestro país y construyó sus usos, audiencias y géneros, desplazando a la familia y a la escuela de su rol privilegiado de agente subjetivador. “Los usos y las funciones de la televisión se fueron modificando históricamente y en ningún país las funciones que se le asignaron *a priori* se cumplieron de manera estricta” (Aguilar, 1999: 256).

Patricia Terrero (1999) nos aporta otra mirada sobre la sedimentación y fluctuación de los usos. Advierte que el acceso a las tecnologías es desigual, que hay ciertas diferencias sociales que pautan sus usos y su apropiación donde las variables como el género, las diferencias etarias, los niveles de instrucción educativa, las ocupaciones/profesiones, la pertenencia a una subcultura, las preferencias estéticas y hasta las diferencias regionales y locales son variables interlocutoras indispensables para pensar y problematizar las prácticas de uso y de consumo cultural sobre la televisión (Silverstone, 1994; Morley, 1996; Sgammini, 2011; Varela y Grimson, 1999; Lull, 1980) y sobre la TDT en nuestro caso particular.

Metodología

En primer lugar y en relación a las técnicas y al recorte teórico-metodológico se optó por la entrevista en profundidad como procedimiento de recolección de datos. En segundo lugar, para la construcción de la muestra se optó por un tipo de muestreo no aleatorio o no probabilístico del tipo de bola de nieve. De este modo, la muestra quedó compuesta por un total de diez entrevistados de diferentes edades, sexo y profesión que residen en la ciudad de Paraná, Entre Ríos; siendo condición excluyente para su selección ser usuarios efectivos de la TDA.

La justificación de la muestra se basó en la necesidad de contar con el relato de experiencias diferentes respecto al uso de la televisión digital que permitiera estudiar la TDA desde un punto de vista cualitativo, con el fin de establecer una línea de continuidad con una investigación previa de tipo cuantitativa sobre el objeto realizada en una instancia de formación anterior y mencionada en párrafos anteriores.¹⁹

19- La investigación precedente a la cual hacemos referencia es el Informe Final de Práctica Curricular en el cual se pretendió indagar sobre el uso, la apropiación y el consumo del modelo televisivo impulsado por el Estado Nacional en la ciudad de Paraná, provincia de Entre Ríos, durante el año 2012. Para esto se realizó un estudio

En tercer lugar, el cuestionario o guía de preguntas se elaboró tomando como referencia el *modelo de domesticación de la tecnología* propuesto por Roger Silverstone, adaptando los distintos momentos de la indagación a nuestro objeto de estudio. Se formularon preguntas abiertas con el fin de que el entrevistado desarrolle, describa, ejemplifique, compare, etc., respecto a sus prácticas de uso y consumo de la televisión digital.

Para el análisis de los datos y la elaboración de las conclusiones se optó por un análisis interpretativo-crítico de los nudos recurrentes que aparecen en el corpus de entrevistas en relación a las prácticas de consumos culturales asociados a la Televisión Pública Digital. La producción del sentido implica trabajar desde la hipótesis según la cual el sistema productivo deja *huellas* en los discursos y por lo tanto puede ser reconstruido a partir de su análisis (Verón, 2004). Siguiendo a Arfuch (2010) no estaríamos ni ante un análisis del discurso y mucho menos ante un análisis del contenido, más bien nos ubicaríamos en la intersección entre los estudios semióticos/narrativos. El análisis se realizó sobre el recorte de fragmentos de las entrevistas seleccionados por el investigador según una hipótesis de lectura que apunta a indagar sobre los consumos culturales de los usuarios de la televisión digital. Dicha intervención es una de las tantas lecturas posibles que pueden realizarse sobre dicho material discursivo

Resultados de la investigación

El objetivo de nuestra investigación fue indagar sobre las prácticas de consumo cultural asociadas a la Televisión Digital Abierta en usuarios de la ciudad de Paraná, Entre Ríos. Partiendo de la hipótesis de que las transformaciones tecnológicas de un medio de comunicación redefinen sus usos, características y generan la aparición de nuevos hábitos de consumo

de corte cuantitativo a base de encuestas con cuestionarios semi-cerrados sobre los alcances del plan nacional de entrega de equipamiento de recepción gratuita “Mi Tv Digital”, para tratar de dilucidar tendencias o líneas de análisis en vista a futuros estudios, reflexiones, debates sobre la temática. Parte de los resultados de tal estudio son retomados en un artículo publicado por la Revista Trampas. Para ampliar ver: Deharbe, D. (2014). “Apropiación y uso del decodificador digital en la ciudad de Paraná”. Revista Trampas de la Comunicación y la Cultura, N° 77, septiembre 2013-febrero 2014. UNLP. Disponible en: <http://www.revistatrampas.com.ar/2014/10/apropiacion-y-uso-del-decodificador.html>.

audiovisual, nos propusimos estudiar mediante la realización de entrevistas en profundidad la presencia o no de modificaciones en los hábitos de consumo y de uso de la televisión digital. En total se realizaron diez entrevistas en los meses de marzo y abril de 2015.

A continuación, presentaremos los principales resultados.

1) Modalidad de acceso a la TDA

Nuestra investigación arroja que la totalidad de los sujetos entrevistados poseen un LED TV con sintonizador digital y es a través de dicha tecnología accedían a la TDA. Consideramos que este hecho puede explicarse por los estímulos económicos que recibieron los industriales por parte del gobierno para fabricar aparatos de televisión con un sintonizador incorporado con el fin de impulsar la renovación del parque de televisores dentro de los hogares. Mediante el lanzamiento de “TV para todos”²⁰ los/as usuarios/as y en especial, los jubilados²¹, principales destinatarios del programa, podían acceder a la compra de un LCD de 32” pulgadas con receptor para la TDA a un precio accesible con facilidades de pago mediante el otorgamiento de un crédito blando del Banco Nación.

2) Información previa sobre el servicio

La gratuidad del servicio, la presencia de programación cultural, educativa de calidad y de origen nacional así como también las mejoras en la calidad de imagen y sonido en HD fueron los principales beneficios mencionados por los/as usuarios/as que motivaron la elección de la televisión digital por sobre otros servicios de televisión disponibles. Así lo expresa una entrevistada en el siguiente ejemplo:

20- Conocido también como “LCD para todos”, se desconoce el impacto real de esta política. Para ampliar: Sainz, A. (5 de julio de 2011). Debutó el plan “LCD para todos”. Diario La Nación. Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/1386901-debuto-el-plan-lcd-para-todos>.

21- No es llamativo el hecho de que los jubilados entrevistados hayan accedido, en primer lugar a la TDA mediante un decodificador entregados por el gobierno ya que como sostiene Mastrini et.al., (2014), en un primer momento el acceso a la TDA dependía casi exclusivamente de la entrega gratuita de los STB por parte de gobierno. Los investigadores concluyen que “(...) si se considera que en un primer momento la política pública se orientó a distribuir los STB entre jubilados y beneficiarios de planes sociales, los resultados obtenidos en la encuesta con coherentes son los objetivos planificados” (Mastrini et. al., 2014:59).

Silvina (32 años, secretaria): *“básicamente, porque no miro mucha televisión y el costo de lo que sale el cable sólo para mirar películas los fines de semana era mucho ya que en la semana no veía otra cosa. Eso me llevo a pensar que si puedo ver 10 u 11 canales en la televisión digital y, dentro de todo, son los canales que a mí me interesan... ¡listo!, lo instalo porque es gratis”.*

3) Principales informantes

La mayoría de nuestros entrevistados/as reconocieron que sus principales informantes fueron amigos, hermanos, padres, etc., quienes les hablaron positivamente de la televisión digital, como puede leerse en el ejemplo a continuación:

Brenda (28 años, becaria CONICET y docente universitaria) comenta que *“(...) [lo que] teníamos como referencia eran los comentarios del hermano de mi esposo que él tenía la TV Digital”.*

En este sentido se corrobora el rol que tiene la familia como principal mediación en el proceso de contacto, adopción y consumo de la televisión digital, en especial, su ‘economía moral’ (Silverstone, 1994; Morley, 1996; M. Barbero, 1999 y otros). Recordemos que ‘economía moral’ remitía a lo/s modo/s particular/es en que los individuos insertos en un grupo familiar se vinculan y domestican una tecnología, es decir, hacen propios los productos, bienes y sentidos del mundo públicos (Silverstone, 1994). En este conjunto también se incluyen las decisiones sobre qué tipo de tecnología adquirir y los usos se le dan.

4) Expectativas sobre el servicio

En este punto se intentó indagar lo que Sgammini denomina como *‘expectativas personales previas’* en su investigación sobre el proceso de domesticación de la televisión por cable en Córdoba, es decir, *“(...) noción bajo la cual reunimos aquellos aspectos que en los relatos de los usuarios aludían a lo que cada uno esperaba o pensaba que el cable [en nuestro caso, la televisión digital]²² podría brindarles, y observamos en qué medida dichos intereses individuales respecto de la TV cable eran o no cubiertas por el sistema”* (2011: 156).

En términos generales, la mayoría de los/as entrevistado/as reconoció que la TDA sí cumplió con sus expectativas y en algunos casos hasta superó las

22- La cursiva es nuestra

promesas que impulsaron su adquisición, no sólo por la calidad de imagen y sonido sino por la programación que ofrece; así lo expresa un entrevistado a continuación:

Raúl (51 años, comerciante): *“...En mi caso, súper conforme, una por la programación y por el otro lado porque es gratis, ya que me parece exagerado el precio que se paga por mirar un canal de cable. A mí me dejó bastante conforme la programación”*.

5) Experiencia televisiva previa de los/as usuarios/as

Sostenemos que los sujetos como espectadores ya han sido constituidos como audiencias y han desarrollado determinadas competencias en torno al consumo de la televisión razón por la cual, la televisión digital no se inserta en el vacío sino, más bien en un espacio habitado por prácticas desarrolladas en el contacto con la TV por aire y por cable como sistemas precedentes (Sgammini, 2011).

Ocho de diez usuarios entrevistados admitieron que la llegada de la TDA sí les modificó su forma de ver televisión en el sentido de que pudieron acceder a disfrutar de nuevos canales y contenidos en calidad HD de manera gratuita. Sólo dos usuarios afirmaron que la televisión digital no les modificó su manera de relacionarse con la televisión en relación a los tiempos, horarios y rutinas vinculadas al dispositivo, tal como lo expresa el siguiente ejemplo:

Gabriel (29 años, ingeniero agrónomo y docente): *“...sí y no. Respecto a la cantidad de horas y mis hábitos, no, porque yo siempre tuve a la actividad de ver televisión como una cuestión marginal, es decir, cuando me sobraba tiempo a la noche veía televisión, pero no era una actividad que ocupara un lugar en mi vida y en mi agenda”*.

El resto de los/as entrevistados/as, no fue capaz de identificar con claridad si se habían modificado sus tiempos, horarios, cuestión a que la apuntaba nuestra pregunta.

6) Ventajas y Desventajas del servicio

Nuestra investigación señala que la gratuidad del servicio, la calidad de imagen y sonido, la interactividad así como la programación y los contenidos son las principales ventajas que los/as usuarios/as encuentran respecto a otros servicios de televisión.

Una de las entrevistadas opina que el hecho de que la TDA llegué a todos lados ya que por sus características (televisión abierta), cualquier persona que

tenga un receptor para la televisión digital o un televisor con decodificador y viva dentro del radio de cobertura o en su defecto una antena satelital puede acceder a ella, es una gran ventaja:

Estela (48 años, ama de casa y repostera): “...*la imagen, el sonido, que se pueda interactuar, que llegue a todos lados cosa que no pasa con el cable, esas cosas son las que más destaco*”.

Por otro lado, las dificultades para instalarlo, los problemas con la antena, la señal, las barreras al uso y el desconocimiento porque aún está en proceso de desarrollo son los atributos negativos señalados por los usuarios (Mastrini *et al.*, 2012; Deharbe, 2014).

7) Canales, contenidos y formatos

Los canales más sintonizados de la TDA son los de propiedad estatal: Canal 7, Encuentro, Paka Paka, INCCA TV, Tecnópolis, Arpeggio TV, ViajAr y DeporTV; seguidos por el consumo de las señales de noticias como C5N, CN23, de carácter privado. Respecto a los contenidos y formatos más elegidos nuestros entrevistados mencionaron a los documentales, el fútbol y el automovilismo, las películas del cine nacional, las ficciones, series nacionales y los programas de cocina. Los programas más vistos eran *Proyecto G* de Diego Golombeck; *Cocineros Argentinos*; *Una tarde cualquiera con Bahiano*; *Encuentro en el Estudio* con Lalo Mir; 6, 7,8; *Vivo en Argentina*; *Minuto uno* con Gustavo Silvestre.

8) Interactividad

Consultados respecto a que si conocen algún tipo de servicio interactivo de la televisión digital, sólo uno de los diez sujetos entrevistados respondió afirmativamente; el resto admitió no conocer ninguno.

Resulta significativo que sólo uno de nuestros entrevistados identificara la interactividad de la TDA ya que como demuestran otras investigaciones al respecto, los usuarios no encontrarían diferencias significativas entre la TV analógica y la digital ya que, “cuando se indagan las impresiones acerca de otros usos posibles de la televisión digital específicamente, no aparecen ideas asociadas a la interactividad que le ofrece el decodificador digital” (González Gartland, 2014:198).

9) Realización de actividades en simultáneo a mirar TV

Todos nuestros/as entrevistados/as respondieron que sí realizaban alguna otra actividad mientras miraban la televisión. El abanico de actividades es amplio: cocinar, hacer las tareas hogareñas, estar en la computadora, estudiar, usar el celular, facilitador del sueño, etc. La televisión es, tal como se han descrito ampliamente en nuestro marco teórico, es el trasfondo preferido de todas las actividades que componen nuestra vida cotidiana, tal como expresa el siguiente ejemplo:

Melisa (21 años, estudiante de economía): “...mientras miro la tele, por lo general, estoy con la computadora o el celular, sino también me pongo a estudiar o en mis ratos de recreo”.

10) Uso de dispositivos móviles y otras tecnologías

A raíz de nuestra investigación afirmamos que la mayoría de los/as usuarios/as entrevistados eligen y usan el celular mientras miran televisión digital para interactuar con otras personas a través de las redes sociales, Facebook o Twitter, o las plataformas de chats como Whatsapp. A su vez, encontramos puntos de coincidencia con la investigación etnográfica sobre hábitos, uso y contexto de consumo de la TDT en Medellín, Colombia, en especial, con el hábito de uso que los investigadores denominan ‘el combo: celular, cama y TV’.

El estudio de Valle *et al.* (2014) reveló que todos los miembros de las familias estudiadas solían acompañar e intercambiar el uso del celular y de la computadora mientras miraban televisión digital: “Las madres ven la TV en la cama, con el celular en mano o cerca a la cama; la alternan con el computador, cuando están en el PC el TV permanece prendido, alternan también con las labores del hogar, tal como servir la comida al esposo o los hijos. (...) las hijas ven dos programas a la vez, mientras chatean, ojean una revista, conversan con los padres, revisan las llamadas y mensajes del celular, y hablan por teléfono fijo o por el celular” (Valle, 2014: 8)

De los/as usuarios/as entrevistados/as, **Belén** fue la única que manifestó utilizar el celular para interactuar a través de las redes sociales como Twitter con los programas que le atraen:

Belén (16 años, estudiante): “...sí estoy con el celular, twitteo o hablo con mis amigas por Whatsapp. Algunas veces sí twitteo relacionado a lo que estoy mirando”.

Coincidimos con Mastrini *et al.*, en señalar que “el fenómeno del aumento de dispositivos tecnológicos alternativos para tv no implica que el televidente abandone el hábito de mirar televisión, sino que su tiempo de atención estará distribuido entre las nuevas formas de consumo audiovisual” (2014: 27).

Consultados sobre qué otras tecnologías utilizaban mientras miraban televisión, dos de nuestros/as entrevistados/as respondieron que la computadora con la finalidad de interactuar por la redes sociales, navegar y descargar películas o series para completar su experiencia de consumo de audiovisuales.

Revisando las hipótesis

Iniciamos nuestra investigación preguntándonos si las transformaciones tecnológicas que ha experimentado la televisión en las últimas décadas, en especial, el proceso de digitalización y el surgimiento de la televisión digital terrestre, daban origen a nuevos modos de consumo audiovisual. A su vez intentamos pensar en qué medida estos nuevos hábitos modificaban las características del medio y sus usos sociales.

En primer lugar y en lo que respecta a la valoración general del servicio de TDA los/as usuarios/as manifestaron que la gratuidad, la presencia de programación nacional, cultural y educativa de calidad, el sonido e imagen en HD y la opinión de los usuarios que ya poseían televisión digital, fueron factores determinantes a la hora de elegir el servicio. De esta manera, nuestra investigación remarca el papel que juegan los vínculos sociales de los usuarios en especial, las relaciones familiares, de amistad, de trabajo; como mediación imprescindible en el proceso de incorporación de una tecnología. Por otro lado, estos datos son de vital importancia a la hora de planificar políticas públicas para este sector ya que representan el potencial de la TDA para distinguirse de otros servicios y mejorar su competitividad.

En segundo lugar y con respecto a las expectativas previas sobre el servicio los/as usuarios/as manifestaron que había resultado lo que esperaban/pensaban y algunos de ellos admitieron estar conformes y satisfechos con la TDA e incluso consideraron que había superado sus pronósticos. Efectivamente hemos comprobado que los sentidos elaborados en torno a la televisión digital durante la fase de imaginación por el discurso publicitario/propagandístico en particular, fueron re-significados positivamente por sus

usuarios favoreciendo así su ingreso y permanencia en el contexto familiar y del hogar.

Tercero; la *'experiencia televisiva previa'* de nuestros entrevistados con relación a otros servicios de televisión la mayoría de los entrevistados no marca diferencias sustanciales respecto a la TV por cable y aire; consideran que siguen viendo televisión “igual que antes”. Nuestra investigación nos permite afirmar que los usos sociales manifiestos que los/as usuarios/as hacen de la televisión no se han visto modificados por la irrupción de la TDA. Por otro lado, el escenario de la convivencia tecnológica aún es alta y los usuarios de la televisión digital prefieren seguir pagando el cable para poder acceder a contenidos y programación que la TDA aún no les ofrece.

A partir de nuestra investigación visualizamos un gran protagonismo del celular para interactuar, navegar, chatear, descargar contenidos, participar en redes sociales, acompañando el visionado de la televisión. Los relatos de nuestros entrevistados ponen en relevancia “el combo cama, televisión y celular” como parte de una tendencia de consumo en ascenso. A mayor diversidad de plataformas y pantallas, mayor consumo; siendo este dato uno de los aportes más novedosos de nuestra investigación.

Como ya se mencionó no hay televisión digital sin interactividad. Sin embargo, las tendencias muestran que aún y por lo menos en nuestro país, el mercado no está preparado para incorporar/producir servicios interactivos para la TDA y que esa necesidad está siendo cubierta por las redes sociales. Recordemos que la mayoría de nuestros entrevistados admitió usar un teléfono celular y/o una computadora con acceso a Internet mientras miraba televisión para buscar información o interactuar/chatear con otras personas.

El celular aparece como dispositivo predominante que no excluye la presencia de otros dispositivos que cumplan/posibiliten dicha interacción; funciona como una especie de canal de retorno por el cual los usuarios experimentan/vivencian la interactividad con la televisión ante la falta de una conectividad provista y mediada por el aparato decodificador de la televisión digital.

La gran deuda de la televisión digital sigue siendo la producción de contenidos que involucren y visibilicen las realidades, culturas y problemáticas regionales y locales. Una de nuestras hipótesis sostenía que la escasa o nula presencia de contenidos con una impronta regional y local en la oferta audiovisual de la televisión digital terrestre, desalentaba el visionado de la

misma. Sin embargo, la mayoría de nuestros/as entrevistados/as admitieron gustar de la TDA porque sienten que la programación era más “federal”, “más nuestra”, “rescataba y revalorizaba nuestra cultura y nuestro idioma” en comparación con el cable al que caracterizaban como “más de lo mismo”, “unitaria”, “pasatista y comercial”. Señalaron en reiteradas oportunidades que una de las vacancias de la televisión digital eran canales íntegramente hechos por personas pertenecientes a sus comunidades en los cuales pudieran sentirse identificados, oídos, escuchados. Esta vacancia ya era mencionada por los usuarios de la TDA cuando en el año 2013 se los encuestó respecto al servicio²³. La incorporación de canales locales y regionales prevista en la planificación estratégica de la TDA, aún no se han implementado de manera concreta.

Luego de todo lo expuesto y analizado anteriormente sostenemos que, salvo la calidad de imagen en HD, el sonido y la gratuidad del servicio, los/as usuarios/as no encuentran grandes diferencias entre la TDA y el cable. Esta situación puede relacionarse con el actual escenario de la convivencia tecnológica, la alta penetración de la televisión por cable, la falta de equipamiento que permita utilizar fácilmente ambos servicios en un mismo aparato y la amplia oferta de canales que ofrece la TV por cable en desmedro de la grilla acotada de la TDA.

A raíz de nuestro proceso de investigación es necesario puntualizar algunas cuestiones en torno al nivel de información y conocimiento sobre el funcionamiento del decodificador y de plataforma de la televisión digital, instalación de antena, uso del control remoto.

Con relación al uso del decodificador y del control remoto advertimos que, la mayoría de nuestros usuarios accedían a la TDA mediante un Led TV con decodificador incorporado razón por la cual, habían superado la barrera de tener que instalar por sí solos el decodificador que se les entregaba gratuitamente. Por otro lado, aquellos entrevistados que sí tenían el decodificador no habían tenido grandes dificultades con su instalación y puesta en funcionamiento.

Sólo los usuarios que tenían el decodificador mencionaron problemas en el manejo del control remoto que fueron superadas con ayuda de algún familiar o conocido. El resto no hizo alusión al respecto ya que utilizan el control convencional que trae el aparato de televisión. Por otro lado, ningún usuario

23- Ver nota al pie N° 20.

mencionó la opción de solicitar la ayuda técnica oficial más bien, decidieron pedir ayuda en su entorno más cercano, familiares, amigos, conocidos.

Sobre la programación, los usuarios conocían en detalle la grilla de canales de la TDA y hasta recordaban los nombres de los programas que les gustan, día, horario y canal en el que pueden verlos.

Por otra parte y pese a su corta existencia y limitado servicio en nuestra región se manifestó una valoración muy positiva por parte de los usuarios, quienes expresaron su preferencia sobre otros servicios, aun cuando muchos de los canales y programas fueran los mismos y consideraban que gracias a ella acceden a una mejor televisión.

Con relación a nuestra hipótesis de si la llegada de la televisión digital terrestre asociada a otras tecnologías de la información y la comunicación habría modificado los usos y modalidades de visionado del modelo de la televisión analógica y masiva, ello no aparece corroborado en nuestra indagación. Encontramos una continuidad respecto a los usos y consumos asociados a la televisión analógica, cuestión que tendrá que seguir siendo profundizada en otras instancias de investigación; a pesar de contar con el servicio televisión digital en sus hogares: los horarios, días, rutinas y ritmos de la vida cotidiana aún no se han visto modificados.

La TDA frente al nuevo escenario comunicacional

Con la llegada al gobierno del presidente, Ing. Mauricio Macri, cambios significativos se han producido en las políticas comunicaciones en nuestro país que afectan directamente el escenario audiovisual.

En materia de regulación, el año que pasó se caracterizó en primer lugar, por la aparición de una nueva autoridad de aplicación para la ley N° 26.522, el Ente Nacional de Comunicación (ENACOM) que por decreto (D.N.U. 267/2015) absorbió y unificó las funciones de sus predecesoras, AFSCA Y AFTIC, así como modificó y flexibilizó artículos fundamentales de dicha normativa sobre la propiedad, duración, cantidad y transferencia de las licencias audiovisuales, abriendo el juego en beneficio de los grandes grupos concentrados y en desmedro de los sectores comunitarios, propiciando así la generación de un mercado más concentrado, menos plural y diverso, todo lo contrario al espíritu del gobierno predecesor²⁴.

24- Cabe mencionar que el decreto 267/2015 modifica puntos nodales de la LSCA y Argentina Digital respecto a la propiedad, cantidad, duración y transferencia de las

Si bien, mucho se dijo sobre la intención del gobierno de dismantelar toda la plataforma de la televisión digital, hecho que no se concretó, hay que admitir que la TDA sufrió una desaceleración desde finales de 2015. Más allá del hecho de que se colocarían nuevas EDT²⁵; económicamente, se cancelaron todos los programas de fomento a la creación de contenidos, se cancelaron los últimos concursos de adjudicación de licencias realizados por el ex AFSCA, se archivaron los planes de adecuación y se puso en suspenso la política de satélites geoestacionarios de producción nacional de ARSAT.

Mientras que la repartija del dividendo digital se sucede no sin controversias²⁶, el reordenamiento de la grilla de canales consolida las posiciones dominantes de los operadores ya presentes en la TV analógica: Canal 13, Canal 11, Canal 9 y Canal 2 seguirán ocupando las posiciones que les fueron otorgadas transitoriamente. Por otro lado, la gran novedad fue incorporación de nuevas señales de carácter comunitario para la región del AMBA que, después de una ardua lucha consiguieron que el ENACOM les adjudicara sus licencias concursadas legalmente. Es el caso de Barricada TV, Pares TV, Comarca Si y Urbana TeVé que se podrán ver en el canal 32 de la TDA²⁷.

Por otro lado, el gobierno decidió retirar su participación accionaria de la señal de noticias TELESUR y la bajó de la grilla de la TDA, decisión que fue cuestionada por su aparente sesgo ideológico y señales como ArgenTV, 5RTV (Santa Fe), Diputados Tv, Crónica Tv, dos señales editoriales del Grupo Perfil, entre otras, fueron las recientes incorporaciones a la grilla, además de una renovación en los logos de los ya conocidos Paka Paka, Encuentro y DeporTV.

licencias. Para ampliar ver en: Bizberge, A. y Califano, B. (2016). Hacia un negocio más concentrado. Bastión Digital. Descargado de: <http://ar.bastiondigital.com/notas/hacia-un-negocio-mas-concentrado>.

25- Las ciudades en las que se inaugurarán las torres en 2017 son: Victoria (Entre Ríos); Ituzaingó (Corrientes); Córdoba (Córdoba); Corrientes (Corrientes); Mainqué (Río Negro); Mar de Ajó (Buenos Aires); Tartagal (Salta); Río Tercero (Córdoba); Roque Sáenz Peña (Chaco); Puerto Iguazú (Misiones); Orán (Salta); Oberá (Misiones); Río Grande (Tierra del Fuego); Chilecito (La Rioja) y Laboulaye (Córdoba).

26- Por otro lado, en la repartija del dividendo digital, las telefónicas y los grupos oligopólicos de medios fueron los grandes beneficiados con decretos hechos a su medida. Clarín podrá prestar servicios de 3G y 4G y Telefónica podrá entrar al negocio de la TV por cable, por otro lado, DirecTV fue habilitado para ofrecer servicios de Internet. Para ampliar ver Decreto N° 1340/16.

27- Res. ENACOM N° 10090 E-/2016.

Más allá de la intención explícita del gobierno de “reorganizar la grilla” y de hacer a la TDA “más federal”, entre líneas se puede leer que en el actual escenario comunicacional, la televisión pública digital, gratuita y abierta no podrá competir en igualdad de condiciones con las grandes cadenas y grupos concentrados y que fruto de la desinversión en el sector, quedará relegada, quizás, a un lugar marginal.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, G. (1999). “Televisión y vida privada”. En Devoto, F. y Madero, M. [Dir.]. *Historia de la vida privada en la Argentina*. Buenos Aires: Editorial Taurus.

Albornoz, L. y García Leiva, M. (2012) (Ed.). *La televisión digital terrestre. Experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia*. Buenos Aires: La Crujía.

Arfuch, L. (1995). *La entrevista. Una invención dialógica*. España: Paidós. (2010). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Badillo Matos, A. (2012). “Economía política de la comunicación, políticas públicas y estándares de televisión digital: el caso de América Latina”. *Cuadernos de Información*, 31 53-68. Disponible en: <http://cuadernos.uc.cl/uc/index.php/CDI/article/view/453/pdf>

Badillo Matos, A. y Sierra Caballero, F. (Ed.) (2011). *La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y prospectiva*. Ecuador: Editorial Quipus-CIESPAL.

Becerra, M. (2013). “La televisión pública en América Latina: condicionantes y desafíos”. En Instituto de Estudios sobre Comunicación RTA (Ed.). *Pensar la televisión pública. ¿Qué modelos para América Latina?* (pp. 29-54) Buenos Aires: La Crujía.

Becerra, M. (2014). “Medios de comunicación: América Latina a contramano”. *Revista Nueva Sociedad*, 249, págs. 61 a 74. Disponible en: http://www.nuso.org/upload/articulos/4003_1.pdf

Bizberge, A. (2010). *Televisión Digital Terrestre ¿Cambio de estatuto de la radiodifusión?* Buenos Aires: Prometeo Libros.

Bizberge, A; Mastrini, A. y Becerra, M. (2011). “La Televisión Digital Terrestre en Argentina: entre la geopolítica regional y la iniciativa estatal”. En Badillo Matos, A. y Sierra Caballero, F. (Ed.). *La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y perspectiva*. Ecuador: Editorial CIESPAL.

Bourdieu, P. (2013). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Editorial Siglo Veintiuno.

Bustamante, E. (2012). “Prólogo: La TDT como laboratorio de tendencias y escenarios”. En Albornoz, L. y García Leiva, M. (Ed.). *La televisión digital*

terrestre. *Experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia*. Buenos Aires: La Crujía.

Canclini, N. (1995). “El consumo sirve para pensar”. En *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización* (pp. 41-55). México: Grijalbo.

Deharbe, D. (2013). “Televisión Digital Terrestre: una aproximación sobre el uso, la apropiación y el consumo de los paranaenses”. (Informe Final de práctica curricular). Facultad de Ciencias de la Educación- UNER, Paraná. (2014). “Apropiación y uso del decodificador digital en la ciudad de Paraná”. *Revista Trampas de la Comunicación y la Cultura*, N° 77, septiembre 2013- febrero 2014. UNLP. Disponible en: <http://www.revistatrampas.com.ar/2014/10/apropiacion-y-uso-del-decodificador.html>

Deharbe, D. y Miranda, J. (2011). “Televisión Digital Terrestre en Argentina: un debate acerca de los contenidos y la regulación”. Ponencia presentada en el II Simposio Internacional de Televisión Digital. Universidad Estadual Paulista, Bauru, San Pablo, Brasil.

Douglas, M. e Isherwood, B. (1990). *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Editorial Grijalbo.

Gómez, L. (Comp.) (2012). *Construyendo Historias. Ver para creer en la televisión. Relatos y narraciones en la Televisión Digital Argentina*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación. UNLP.

González Gartland, G. (2014). “Usos de la Televisión Digital: Estudio en una localidad del conurbano bonaerense”. *Revista Trampas de la Comunicación y la Cultura*, Vol. 1., N° 41 (enero-marzo 2014). UNLP. PP. 188 a 202.

González, L. y García Germanier, F. (2014). “Tv Digital y Polos de Producción Audiovisual: el proceso de creación de contenidos en los nuevos espacios”. *Revistas Trampas de la Comunicación y la Cultura*, Año 11, N° 77. 61-68. La Plata: UNLP. Disponible en: <http://www.revistatrampas.com.ar/2014/10/el-proceso-de-creacionde-contenidos-en.html>

Kantor, D; Marcoletti, M.; Pafundi, L. (2013). *Televisión Digital Interactiva. Desarrollo y perspectivas*. Buenos Aires: UNTREF. Disponible en: <https://posgradoindustrias.files.wordpress.com/2013/08/televisindigitalinteractivadesarrolloyperspectivasv1-130823130543-phpapp01.pdf>

Labate, C. (2012). “Obstáculos y desafíos en la transición a la TV Digital. Estudio comparado de las políticas públicas en Argentina y Brasil”. Ponencia

presentada en el *XIV Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la República Argentina (REDCOM)*, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Buenos Aires.

Lull, J. (1980). “Los usos sociales de la televisión”. *Revista Human Communication Research*, 6. 197-209. Disponible en: <http://www.jameslull.com/losusos.html>

Martín Barbero, J. (1999). “Recepción de medios y consumo cultural: travesías”. En Sunkel, G. (Coord.). *El consumo cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

Martín Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Chile: Editorial Fondo de Cultura Económica.

Martín Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Editorial Convenio Andrés Bello.

Mastrini, G., Becerra, M., Bizberge, A. y Krakowiak, F. (2012). “El Estado como protagonista del desarrollo de la TDT en Argentina”. *Cuadernos de Información*, 31. Disponible en: <http://cuadernos.uc.cl/uc/index.php/CDI/article/view/455/pdf>

Mastrini, G., Becerra, M., y Krakowiak, F. (2012). “Argentina: razones geopolíticas y perspectivas económicas”. En Albornoz, L. y García Leiva, M. (Comp.). *La televisión digital terrestre. Experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia*. Buenos Aires: La Crujía.

Mastrini, G.; Marino, S.; Becerra, M.; Gadano, J.; Bieda, T.; Bizberge, A.; Perea, R. y Rodríguez Miranda, C. (2014). *Uso y consumo de la Televisión Digital Terrestre en Argentina: un estudio en los municipios de San Fernando y Quilmes*. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/238478587/Informe-TDA-Para-Web>

Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.

Pauloni, S. (Ed.) (2013). *TV Digital. Un diálogo entre disciplinas y multipantallas*. La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de la Plata. Disponible en: http://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/ceid.tv/libro_tvdigital_final.pdf

Sgammini, M. (2011). *Televisión y vida cotidiana. La domesticación del cable en Córdoba*. Universidad de Villa María: Editorial Eduvim.

Silverstone, R. (1990). “De la sociología de la televisión hacia una sociología de la pantalla”. *Revista TELOS*, 22, junio-agosto. Madrid.

Recuperado de: http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/silverstone03.pdf.

Silverstone, R. (1994). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Sunkel, G. (1999) (Coord.). *El consumo cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

Terrero, P. (1999). *Culturas locales y cambio tecnológico*. Paraná: Facultad de Ciencias de la Educación, UNER. (1997). “Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada”. *Revista Diálogos de la Comunicación*, 40. FELAFAS.

Valle F, Mónica.; Ruíz M., E.; Velásquez, L.; Jaramillo Hernandez, N.; Tobón Marín, A. y Moreno Vélez, G. (2014). “Etnografía de la teleaudiencia en Medellín. Hábitos, uso y contexto de consumo”. *Revista Luciérnaga*, 6 (1-14). Colombia. Recuperado de: http://politecnicojic.edu.co/luciernaga-11/pdf/1_teleaudiencia_espanol.pdf

Varela, M. y Grimson, A. (1999). *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre la televisión*. Buenos Aires: Eudeba.

Verón, E. (2004) *Fragments de un tejido*. España: Gedisa.

Notas periodísticas

Bizberge, A. y Califano, B. (Miércoles, 6 de enero de 2016) *Hacia un negocio más concentrado*. Bastión Digital. Descargado de: <http://ar.bastiondigital.com/notas/hacia-un-negocio-mas-concentrado>

Sainz, A. (5 de julio de 2011). Debutó el plan “LCD para todos”. Diario La Nación. Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/1386901-debuto-el-plan-lcd-para-todos>

Artículo recibido: 02/12/16

Artículo aceptado: 03/03/17

DIANA CAROLINA DEHARBE

Licenciada en Comunicación Social con orientación en Periodismo por la Universidad Nacional de Entre Ríos. Fui Docente Auxiliar Alumna de la cátedra de Historia de los Medios de la Lic. en Comunicación Social (FCE-UNER), becaria de Iniciación a la Investigación (FCE-UNER) y becaria de Estímulos a las Vocaciones Científicas (CIN). En el año 2011 recibí una beca de intercambio cultural para estudiar en la Universidad Estadual Paulista, Campus Bauru, Brasil, de la Asociación de Universidades Grupo Montevideo (AUGM). En el año 2014 representé a la Facultad de Ciencias de la Educación en las *XXII Jornadas de Jóvenes Investigadores (AUGM)* en la Universidad de Playa Ancha, Valparaíso, Chile. Soy oriunda de la ciudad de Paraná, Entre Ríos, Argentina. Correo electrónico: dianadeharbe88@gmail.com