
TENDENCIAS, PERSPECTIVAS Y DESAFÍOS EN EL CAMPO DE LAS COMUNICACIONES CONVERGENTES

Desde la perspectiva tecnologistista, la convergencia tiene sustento en la digitalización que produce el encuentro entre el audiovisual y las telecomunicaciones, dos sectores que históricamente estuvieron diferenciados. Esto conlleva la posibilidad de que los sujetos-usuarios obtengan múltiples servicios desde una única plataforma o dispositivo. Sin embargo, los fenómenos de convergencia tecnológica tienen un impacto creciente en todos los sectores y actividades del campo info-comunicacional e involucra a diversos actores: el Estado, la industria y la sociedad civil.

La integración de medios y servicios en un mismo soporte provoca transformaciones en las lógicas de producir, distribuir y consumir contenidos digitales; abre la búsqueda de nuevos modelos de negocio y estrategias de desarrollo para los agentes viejos y emergentes del mercado; genera cambios en las estructuras organizativas y rutinas productivas; obliga a repensar las formas de fidelización de la audiencia e; implica un enorme desafío para las políticas públicas regulatorias.

Dada la trascendencia de la convergencia, el presente Dossier “Tendencias, perspectivas y desafíos en el campo de las comunicaciones convergentes” de la *Revista Viator* es un aporte para debatir, evaluar y reflexionar sobre el impacto específico de los procesos convergentes en las industrias culturales en Argentina. Así es como el denominador común de los artículos que lo conforman fue buscar un amplio enfoque del estado de la cuestión

sobre tendencias, perspectivas, oportunidades y amenazas que acarrea la convergencia digital en distintos puntos del país.

Con una mirada global sobre el modelo de negocio, el texto de Alejandra Páez “El paradigma Netflix. Cambios en la cadena de valor de la industria de la televisión frente a la aparición de la TV online” presenta un objeto de estudio actual sobre el que existen pocas referencias teóricas y conceptuales consensuadas por la comunidad académica: la televisión por Internet. En su trabajo, Páez exhibe las transformaciones que tienen curso en la industria televisiva de pago ante la llegada de nuevas modalidades de distribución de contenidos audiovisuales. Focalizando en los llamados servicios Over The Top (OTT), específicamente en el caso paradigmático de Netflix, se abordan las modificaciones a la cadena de valor que impacta tanto en las rutinas productivas como en la acumulación del capital.

En sus páginas, el artículo de Páez expone una paradoja de estos tiempos. Si bien nunca se registraron niveles tan altos de consumo de contenidos audiovisuales a nivel global como en la actualidad, la industria de la televisión atraviesa una crisis estructural dada, en parte, por el crecimiento de las plataformas distribuidoras de contenidos y la aleatoriedad de la demanda de la audiencia.

El interesante y detallista trabajo de Ezequiel Rivero denominado “Cooperativas y pymes de telecomunicaciones y TV paga de Argentina frente a la convergencia. Conquistas, limitaciones y perspectivas” describe el caso de un sector de las telecomunicaciones y la televisión paga que, pese a ser periférico, está conformado paradójicamente por más de 700 cooperativas y pequeñas empresas a escala nacional. En un mercado cada vez más convergente y concentrado, estas empresas requieren -como única forma de subsistencia- fuertes inversiones en infraestructura y reconversión tecnológica. No obstante, la falta de garantías en la intervención estatal y las desigualdades económicas frente a los grandes operadores globales condicionan las reales posibilidades de competencia. En un exhaustivo repaso por la regulación argentina y la estructura del mercado de telecomunicaciones actual, el autor ofrece una radiografía de las tensiones políticas y económicas que involucra a las cooperativas, a las empresas dominantes y al Estado y que deja como actor secundario a los derechos de acceso universal de los ciudadanos.

Así como el sector audiovisual debe adaptarse al proceso de convergencia tecnológica, la radio avanza con políticas de expansión en el mismo sentido.

Alejandro Linares analiza las iniciativas que se implementaron entre los años 2003-2015 para expandir los servicios de Radio Nacional a las plataformas de Internet. En “El despliegue de Radio Nacional de Argentina a Internet durante el kirchnerismo. Entre la expansión y la exploración”, el investigador explicita que a partir de 2008 la estrategia digital se orientó a la búsqueda de garantizar la continuidad de las emisiones online y a replicar en plataformas virtuales contenidos relevantes surgidos de la programación de cada una de las estaciones de Radio Nacional en todo el país. Esta medida implicó, por un lado, aumentar el acceso a la audiencia y, por el otro, quebrar cierta instantaneidad y fugacidad, especificidades propias de la escucha radial.

Abordar el fenómeno de la convergencia implica, necesariamente, explorar el nuevo rol activo y participativo de las audiencias y las dimensiones de los usos que hacen sobre los viejos y nuevos medios de comunicación. En este plano arrojan luz sobre estos “seres digitales” y en especial sobre el crecimiento vertiginoso de las redes sociales, los trabajos de Maximilano Peret y Sergio Magallanes y de Ignacio Ratier.

En primer lugar, en calidad de ensayo, en el texto “Las audiencias en el contexto de convergencia digital” Peret y Magallanes dan cuenta sobre el uso de Facebook en la ciudad de Olavarría y su estrecha relación con el desarrollo de las tecnologías convergentes que facilitaron la rápida incorporación de comunidades de usuarios, mejoras en la calidad de la conectividad y, en consecuencia, un aumento en la participación en Internet. En este contexto tecno-social emergente, surgen nuevas formas de contar historias que implican no sólo adaptar el lenguaje a las nuevas condiciones de los medios sino crear nuevas narrativas transmedia. Para los autores, las estrategias innovadoras para convocar y retener audiencias deben incluir formatos narrativos participativos que permitan a las audiencias un alto grado de interactividad e interacción.

Compartiendo el anclaje local, específicamente en la pequeña ciudad de Loreto -de la provincia de Santiago del Estero-, la investigación de Ignacio Ratier titulada “Consumos culturales en jóvenes loretanos. Una mirada situada del proceso global de convergencia” describe un mosaico sobre las preferencias culturales de los adolescentes (de entre 13 y 17 años). A diferencia de lo que plantea Páez a nivel internacional, el hallazgo del trabajo de campo de Ratier está dado en destacar a la televisión no sólo como un medio tradicional que continúa vigente en las generaciones más jóvenes en una provincia del norte argentino, sino que además es uno de los más elegidos.

Además, escuchar música y navegar en las redes sociales continúan siendo dos actividades en alza, en especial el uso de Facebook, Instagram y YouTube.

Con un abanico amplio de temáticas y fenómenos actuales y con proyección en el futuro cercano, este dossier presenta los desafíos que enfrentan los actores políticos, económicos y sociales del campo comunicacional en el escenario de la convergencia tecnológica.

Cecilia Labate