

LA TELEVISIÓN DIGITAL EN LA ARGENTINA: TENSIÓN ENTRE CONSUMIDORES Y CIUDADANOS

María Luz Squarzon

Autoridad Federal de Servicios de Comunicación
Audiovisual (Argentina)

Resumen

La experiencia de la puesta en funcionamiento de la Televisión Digital Abierta (TDA) en la Argentina ha desarrollado innumerables perspectivas no solo en la economía de los medios de comunicación, sino en la apertura del proceso dialógico de los usuarios y consecuentemente de los productores que confluyen en un código común en la formulación de contenidos abiertos.

En esta línea, consecuentemente con la renovación de las tecnologías de la información prioriza justamente la evocación de lo ausente, pero también de lo necesario de la imagen.

La imagen como obra y como arte refleja el estado de las responsabilidades de la realidad social, pero también comprende, hoy, una lógica de desarrollo de un nuevo televidente, así se debilita la forma de consumir ciertos productos y también posiciona al sujeto no solo en su visión como individuo, sino otra posibilidad de pensar lo colectivo. Democracia siempre será representación.

Palabras clave: Televisión digital, multipantallas, consumo, ciudadano, actor social, audiovisual.

Televisión como acción y soporte

Los mecanismos metalingüísticos que se constituyen dentro de la televisión pertenecen a un resultado metonímico de doble entrada, una metonimia discursiva por la programación ininterrumpida que constituye un desplazamiento incesante y una metonimia semiótica que tiene que ver con el estatuto mismo de la función simbólica. De esta manera, se alerta que la clasificación de la TV como acción requiere de más compromiso intelectual.

La adaptación de las pantallas respondiendo a las imágenes representadas confluye en distintos soportes de la comunicación: publicidad, televisión y cine.

La televisión vendría a ocupar un espacio de interacción y de información muy importante a las sociedades industriales; en el pasado se alertaba un compromiso cultural fuerte entendiendo que la televisión no es cultura, sino un hecho de la cultura y que claramente todos contribuimos a su viralidad. Los derechos televisivos eran prioritarios para los mejor ubicados dentro de la escala social, así quedaban relegadas por fuera de lo que la TV venía a ofrecer las masas populares y menos estimadas, debido al alto coste de los equipos de transmisión que en Brasil, por ejemplo, sextuplicaban en porcentaje el sueldo promedio (Orozco, 2002: 66).

Este hecho cultural también conlleva la disponibilidad de una interacción interpersonal muy fina y especial, la herencia del cine nos dejó un poco solos. La experiencia espectral del cine, tranquilamente y sin

culpas se podía llevar a cabo en la completa y más extraña soledad, este elemento que nos deja el cine inscripto en nuestra genética retinal confluye en que la televisión pasaría a ser completamente un fenómeno de extrañamiento y luego de adopción colectiva.

Este fenómeno social fue ganando suscriptores una vez que los Estados nacionales abrazaron institucionalmente la financiación o, mejor dicho, las responsabilidades compartidas de transmisión y su lógica mercantil, acrecentando de cierta manera la industria cultural de un país (como es el caso del Brasil, México y la Argentina). Entonces cuando el Estado comenzó a intervenir no solo en las asignaciones de licencias sino también en estipular la parrilla de programación, se hace comprensible el fuerte poder ideológico que representa la televisión en nuestras respectivas naciones. Las políticas públicas abrieron tanto la posibilidad del acceso al soporte de comunicación –la TV– como a su transmisión.

Por otro lado, la televisión en sus inicios estipulaba dos formas de financiación: la indirecta, proveniente de los anuncios publicitarios, y la directa, a través de los capitales nacionales de las cadenas de televisión (Orozco, 2002: 35). Este resultado fue consecuente con el modo en que se fue ampliando la realidad de los accesos y fue factible en tanto esta brecha de acopio fue más intensa. La TV concedió un modelo de mirada.

No conforme con esto el soporte televisivo, la máquina, sufrió a partir de los años treinta un importante desarrollo tecnológico que indujo a pensar las estrategias de los actos interlocutivos futuros. En este sentido, y teniendo de corolario dos tipos de representaciones como el cine y la radio, se presenta la televisión como un motivo más para rever no solo la trascendencia de los medios de comunicación sino, además, cómo será la configuración de la sociedad como espectadora; en ese entonces, a nivel teórico –en cuanto a la investigación en comunicación– el mundo se hallaba atravesado por la lógica de la Gran Guerra que totalizó los espíritus de los sujetos sociales y en parte modificó el modo en que esa sociedad adoptó el universo simbólico de los “mensajes sociales”.

En ese contexto, la Argentina realizó su primera emisión televisiva el 17 de octubre de 1951, el día del renunciamiento de Eva Duarte a la fórmula presidencial Perón-Perón.

Se desarrolló entre 1951 y 1960 una etapa estatal experimental conforme a las emisiones televisivas, la innovación en géneros y formatos (Orozco, 2002: 25). Es notable la herencia y el legado que han forjado los primeros productores de TV argentinos, cómo esto persiste (más que nada en el manejo de los formatos de TV) y cómo se organizan los géneros teniendo en cuenta la señal televisiva.

La TV como herramienta de la interactividad

Inicialmente la televisión se desarrolló como soporte de los medios masivos de comunicación. Ahora bien, la TV argentina desarrolló mecanismos colectivos de inserción en pantalla de distintas necesidades sociales y prerrogativas que actuaron en la elaboración de la agenda de los medios y, claro, de las políticas públicas. Entonces la TV, la máquina, cambia de nombre.



El eje rector fue la superación de las perspectivas científicas desde el cambio de era: la posmodernidad (Castel, 2010:41). Se concentró en el encuentro del individuo en sus condiciones objetivas, a saber: las que lo estipulan como tal, e indaga sobre cuál es el recorrido de las estructuras que lo interpelan, así también corresponde encontrarle al sujeto un devenir histórico que siempre es relacional y en su ontología abandona ciertos soportes debido al cambio de época. Todo cambio de época, entonces, genera nuevas responsabilidades así como esa sociedad también efectúa nuevas prácticas.

La televisión evolucionó así como una herramienta de comunicación en tanto configuró un desarrollo magistral de los contenidos. La experiencia de la Televisión Digital Abierta (TDA) (1) en la Argentina se convierte en el presente en una implicancia del espectador de manera interactiva e interconectada.

La TDA es una democracia cultural que acompaña la gestión y producción de nuevos contenidos, como también la distribución de horas de contenidos asociados a los planes de fomento del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y otras ventanas de distribución. La Argentina cambia de norma el 28 de agosto de 2009, debido a la experiencia brasilera y japonesa de TDA y consecuentemente esto configura el desarrollo de un nuevo mapa de audiencia (Nicolosi, 2014: 38).

El cambio de norma por la Radiodifusión Digital de Servicios Integrados (ISDB-T por su sigla en inglés) (2) significó un paso interesante respecto del cambio de paradigma en torno a la comunicación masiva, ya que genera posibilidades en la amplitud interactiva del usuario y la calidad de los accesos.

El Brasil desarrolla GINGA (3), un *middleware* que potencia la generación de nuevos circuitos informativos e interactivos en torno a los contenidos. La Argentina establece este nuevo conjunto de software asociado y comienza con los primeros prototipos. El encargado de su desarrollo será el Laboratorio de Investigación y Formación en Informática Avanzada (LIFIA) de la Universidad Nacional de La Plata (4). Este circuito de metadatos incide necesariamente en la TV como herramienta de uso y consumo, y no ya como mero soporte.

Otra realidad asociada a la sofisticación de los soportes tecnológicos televisivos es la Televisión por Internet conocida como IPTV (5), la cual conforma un acercamiento del usuario a un canal de retorno provisto por una conexión de internet proveniente desde su propio televisor y que lo redirecciona a cierto tipo de contenido que requiere del servicio de un servidor de internet. Estimativamente, para la generación de cualquier contenido de metadatos, el IPTV es el *networking* indiscutido (6) usado para el fomento de contenidos televisivos que impliquen la interactividad del usuario, aún no desarrollado en la Argentina.

La iniciativa que convoca a la Argentina a su apagón analógico –estimado hacia el 2019– imprime una lógica de repensar las audiencias, la conformación de nuevas narrativas asociadas a un consumo diversificado y el papel de los ciudadanos planteados hoy con la incidencia cualitativa simbólica de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) como actores sociales en la responsabilidad de interaccionar con este soporte pero también de construirlo.



Desde esta nueva perspectiva de la interactividad la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual resuelve, en principio, las características del dividendo digital y la transición hacia los servicios digitales (Art: 93 de LSCA) en tanto nos alerta de la Argentina en materia de TDA como la probeta que ensaya ciertos tipos de contenidos asociados a un nuevo valor: el respeto al valor del visionado de los consumidores (7).

Tensión entre consumidores y ciudadanos

La cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar (8).

De acuerdo con una comunicación democrática, el conocimiento audiovisual ha poblado al televidente de un mecanismo espectral diverso en el recorrido histórico de nuestro país. Los continuos cambios económicos y financieros de la nación han conducido a la interpretación de la sociedad de masas bajo el conjunto de la teoría de usos y gratificaciones, en la cual la satisfacción del usuario espectral es una experiencia individual y única.

En el marco investigativo se pueden dar dos procesos que actúan como la antesala de la liberación del ciudadano-consumidor: la democracia y el desarrollo. Dos axiomas e intencionalidades diversas que son flujos correctivos de lo nacional, el nacimiento de personalidades asociadas a los medios masivos pero, sobre todo y bajo una intensidad ineludible, los procesos históricos estatales acompañados del debate de toda Latinoamérica. La tensión decisiva entre un “modelo desarrollista”, basado en el rol activo del Estado y un “modelo neoliberal”, propenso a la dinámica del mercado sin incorporar el debate ideológico producto de la interacción social normal de la vida en sociedad (Lechner, 1992: 3).

La mirada de lo ajeno se complejiza: en la Argentina durante el estadio neoliberal se destacó el vaciamiento del Estado como interventor, regulador y garante de las libertades comerciales. La individualización se hizo cargo de la escena y fue un proceso de merma no solo ideológica, sino también en la incorporación desde el discurso de dominación de nuevos agentes organizadores como el mercado, la privatización de instituciones públicas, el fortalecimiento virtual del capital individual de la clase media y la baja importancia de producir y generar en el ámbito cultural (García Canclini, 1995: 41).

En los años noventa se visibilizó a través del Nuevo Cine Argentino (9) un desarrollo de las narrativas cinematográficas que coadyuvaban a reelaborar los mapas de las narrativas y a establecer –a través de diferentes formatos televisivos– una organización espejo de la sociedad de esos días. Se complejizan cada vez más esos páramos, en los que el telespectador asociaba lo que veía en pantalla a su realidad.



En ese sentido, no se separaba un ciudadano individualizado por la lógica de mercado, por la especulación y el desorden simbólico del agente consumidor, protagonista de las historias, del reflejo que le brinda esa pantalla. Se conformaba una nueva forma de ver en las diversas formas de contar.

Este estado fragmentario que brindó el neoliberalismo se sumó a los procesos de carácter acelerado de la globalización. El acceso a las nuevas tecnologías, la sofisticación de los soportes, internet, la exportación de formatos de las grandes cadenas, etcétera, contribuyeron a diversificar los contenidos en tanto demanda de los medios masivos. Sin embargo, se comenzó a notar una audiencia ciudadana que consume y construye desde la óptica de incorporar microrrelatos que la identifica.

Ni el mercado ni el Estado por sí solos son respuestas del carácter democrático.

Se destaca entonces en el presente la construcción de un ciudadano libre, espectador y consumidor. Protagonista de las políticas públicas planeadas en torno al concepto de pueblo y ciudadanía, pero también de actor social. Este nuevo rol, significado desde la fundación de un nuevo paradigma comunicacional a través de LSCA, convoca a repensar la estrategia compartida en el "hecho cultural". El ciudadano es hacedor y formador de una lectura crítica e impaciente pero colectiva que lo une al efecto de ser también un consumidor. Hoy las leyes y los derechos públicos del Estado están para ser compartidos y para recrear un universo audiovisual más complejo y totalizador.

Aquí se destacan y se problematizan los rasgos identitarios en la elaboración de nuevos discursos sometidos a la creación artística de contenidos audiovisuales.

Ciudadano y consumidor imprimen en la actualidad un tipo de visionado estratégico, ya que existe una rematerialización en el valor de su tiempo (Igarza, 2013: 17) en pantalla. Por un lado, hay un tiempo de consumo, y por otro, se denota la ubicuidad dentro del medio en tanto el ciudadano-consumidor gestiona el acceso del contenido.

Hoy, en la realidad de la multipantalla, los accesos actúan como un menú para el actor social que interpreta esa pantalla en el contenido. El valor asociado al tiempo concluye en que instintivamente se generan pausas al acto espectadorial para poder reproducirlo en otro tiempo. Los contenidos están pautados para que el acto de visionado tenga un tiempo de transición a la postre de la voluntad del interlocutor.

En este sentido hay un encuentro posible, el emisor se halla en el mismo momento que el receptor, las barreras de los canales de transmisión se quiebran ante la posibilidad creativa del consumidor. Hay una semantización nueva en el acto de mirar televisión generado por esta didáctica novedosa que imprime el contenido audiovisual. Idealmente, hay una metamediación (Igarza, 2013: 23) entre la forma que adopta el consumo, individual pero mediado con el productor de contenidos, ya que sociabilizan lo que el mensaje significa para ambos (Rincón, 2013: 5). Y como los ciudadanos deciden sus goces y placeres en el consumo tomando y rehaciendo del repertorio cultural, entonces el consumo nos sirve para pensar la vida en sociedad.



Notas

- (1) La Televisión Digital Abierta (TDA), política de integración digital impulsada por el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, es una plataforma de TV que utiliza la más moderna tecnología digital para transmitir en alta calidad de imagen y sonido de manera gratuita; permite, además, ofrecer adicionalmente otros servicios interactivos. Para lograr que más del 82 % de la población nacional disfrute de este servicio, se instalaron 82 Estaciones Digitales de Transmisión (EDT) en diferentes puntos del país que emiten la señal de la TDA. Existen dos formas de transmitir la Televisión Digital Abierta: la terrestre y la satelital. El sistema de Televisión Digital Terrestre (TDT) posibilita que las antenas digitales envíen la señal digital a los equipos receptores. El dispositivo convierte la señal digital en imágenes y sonidos que pueden reproducirse en cualquier tipo de pantalla. La Televisión Digital Satelital (TDS) es un sistema de transmisión y recepción de la señal de TV que se emite desde un satélite de comunicaciones hacia las antenas receptoras. La TDS tiene como objetivo fundamental alcanzar aquellas zonas de todo el territorio nacional que, por sus condiciones geográficas y/o de baja densidad poblacional, se encuentran fuera del área de cobertura de la Televisión Digital Terrestre (TDT) [en línea] Disponible en: <<http://www.tda.gob.ar/tda/141/3016/tv-digital.html>>.
- (2) Integrated Services Digital Broadcasting - ISDB o Radiodifusión Digital de Servicios Integrados es un conjunto de normas creado por el Japón para las transmisiones de radio digital y televisión digital. ISDB también define conexiones de datos (transmisión de datos) con Internet como un canal de retorno sobre varios medios y con diferentes protocolos. Esto se usa, por ejemplo, para interfaces interactivas como la transmisión de datos y guías electrónicas de programas de TV.
- (3) *Ginga.ar* es una implementación del estándar *ginga-NCL*, desarrollada por el equipo de TV Digital del laboratorio LIFIA de la Universidad Nacional de La Plata (Argentina), a partir de la implementación de referencia *Ginga-ncl* creada por la PUC de Río de Janeiro (Brasil). El *middleware Ginga.ar* fue portado a las arquitecturas Celestial y ST e instalado en Set Top Boxes comerciales diseñados y producidos en la Argentina. Estos *Set Top Boxes* son distribuidos en el proyecto de TV Digital del gobierno argentino. *Ginga.ar* es software libre, las licencias utilizadas son GPLv2 y LGPLv2, e incluye librerías con otras licencias libres. Desde la versión 2.2, *Ginga.ar* forma parte de *Kultur*. Versiones previas a la versión 2.2 pueden descargarse a continuación en: <<http://tvd.lifia.info.unlp.edu.ar/ginga.ar/index.php/download>>.
- (4) LIFIA, Laboratorio de Investigación y Formación en Informática Avanzada, Facultad de Informática, Universidad Nacional de La Plata.
- (5) IPTV: Internet Protocol Television. Confluye en el uso de programación para TV terrestre, satelital y por cable.
- (6) *NETWORKING*: construir relaciones con personas de tu entorno profesional que quieran hacer negocios contigo o con las que puedas hacerlo en un futuro de una forma u otra [en línea]. Disponible en: <<http://www.gestion.com.do/index.php/abril-2010/163-que-es-el-networking>>.
- (7) Algunos contenidos teóricos de este apartado del informe fueron tomados durante la conferencia de George Wright, Researcher of BBC, quien disertó en noviembre de 2012 en la Jornada Abierta de Neo TV LAB organizada por la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF) y BAC. En principio, los datos de TV DIGITAL fueron desde el "Contenido Adapting", pero se profundizó en la mecanización de tres tipos de plataformas web que desarrollaba, justamente, un *one to one* con el público y su similitud con la plataforma de NETFLIX.
- (8) "Consumidores y Ciudadanos", en *Conflictos multiculturales de la globalización*, de Néstor García Canclini.
- (9) Nuevo Cine Argentino: se trató de un grupo heterogéneo de películas que asumían su carácter contemporáneo, que entrelazaba de forma sutil realidad y ficción y que se destacaba por la libertad de sus personajes y la descripción de "estados de ánimo". Eran producciones que se apoyaban en grupos de amigos y actores no profesionales, transformando así los bajos presupuestos en una apuesta estética. Las causas del nacimiento del "nuevo cine argentino independiente" podían encontrarse en el auge de escuelas de cine que se dio en la Argentina de la primera mitad de 1990 y la sanción de la nueva Ley de Cine, la aparición de nuevas revistas especializadas y la puesta en marcha de festivales como el de Mar del Plata y el Buenos Aires Festival Internacional de Cine

Independiente (BAFICI), que actuaron como plataforma de los nóveles directores [en línea]. Disponible en: <<http://www.cine.ar/contenidos/29-Nuevo-Cine-Argentino-1997---2010/>>.

Bibliografía

Castel, Robert (2010), *El ascenso de las incertidumbres: trabajo, protecciones, estatuto del individuo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

García Canclini, Néstor (1995), *Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.

Lechner, Norbert (1992), "El debate sobre Estado y Mercado" [en línea]. Disponible en: <http://www.nuso.org/upload/articulos/2159_1.pdf>.

LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (26.522) [en línea]. Disponible en <<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>>.

Nicolosi, Alejandra Pía (2014) (comp.), *La televisión en la década kirchnerista. Democracia audiovisual y batalla cultural*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.

Orozco, Guillermo (2013) (coord.), *TV Morfosis. Convergencia y escenarios para una televisión interactiva*, México, Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll.

Orozco, Guillermo (2002) (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Barcelona, Gedisa.

