



El impacto social y cultural de la TDT en las audiencias

Carlos Antonio Valverde Lojano, Mónica Lugones Muro

Question/Cuestión, Nro.74, Vol.3, Abril 2023

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS –UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e784>

## **El impacto social y cultural de la TDT en las audiencias**

### **The social and cultural impact of TDT on audiences**

**Carlos Antonio Valverde Lojano**

Universidad Católica de Cuenca

Ecuador

[cvalverdel@ucacue.edu.ec](mailto:cvalverdel@ucacue.edu.ec)

**Mónica Lugones Muro**

Universidad de La Habana

Cuba

[monica.lugones@gmail.com](mailto:monica.lugones@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-5876-2903>

## **Resumen**

En esta investigación mostraré como la TDT está en un largo proceso de adaptación en el Ecuador ya que desde el 25 de marzo del 2010, se postuló a Ecuador para este cambio y formas de ver televisión y justamente las problemáticas de los medios televisivos para la inversión del cambio de tecnología, la falta de sociabilización en las sociedades receptoras y los compromisos del estado ecuatoriano para optar por estas tecnologías, sumado a esto el

incremento de aplicaciones y plataformas de televisión pagada hace que los medios televisivos de señal abierta no se interesen en cambiar su matriz.

Este estudio analizará las problemáticas en las políticas públicas, las decisiones que se toman sin una retroalimentación con la ciudadanía, el problema comunicacional que existe entre entidades de desarrollo y la sociedad.

### **Abstract**

In this research, it will be shown how DTT is in a long process of adaptation in Ecuador since, since March 25, 2010, Ecuador was applied for this change and ways of watching television and precisely the problems of television media for investment the change in technology, the lack of socialization in the receiving societies and the commitments of the Ecuadorian state to opt for these technologies, added to this the increase in applications and pay television platforms means that the open signal television media are not interested in changing your womb.

This study will analyze the problems in public policies, the decisions that are made without feedback from the citizenry, the communication problem that exists between development entities and society.

**Palabras clave:** Televisión digital terrestre; sociedades receptoras; políticas públicas; Ecuador tecnológico.

**Key words:** Digital terrestrial television; receiving societies; public policies; technological Ecuador.

### **Introducción**

El estado ecuatoriano a través del MINTEL tiene como objeto garantizar el acceso igualitario a los servicios relacionados con telecomunicaciones, para de esta forma asegurar el avance hacia la Sociedad de la Información y así el buen vivir de la población ecuatoriana asegurando niveles progresivos de acceso de la población a las TIC, mejorando las capacidades de la ciudadanía para el uso eficiente de las TIC, asegurando la existencia de aplicaciones y plataformas informáticas, fomentado el desarrollo de la industria de la

información y del conocimiento, promoviendo marcos regulatorios, legales, culturales e institucionales adecuados y asegurando que los segmentos más desfavorecidos sean incluidos en el desarrollo de la Sociedad de la Información con proyectos y acciones específicas para mitigar el impacto en la utilización de estas nuevas tecnologías. (Ministerio de Telecomunicaciones, 2014).

Con esto se busca acercar a la ciudadanía y sector productivo, a través de la formulación de programas y proyectos; además de empoderar al Estado, a los Gobiernos Autónomos Descentralizados y a la población ecuatoriana en el manejo, perfeccionamiento y buen uso de las Tecnologías de Información y Comunicación para su aprovechamiento en los procesos productivos, educativos, sociales, económicos alineados al Plan Nacional del Buen Vivir y por ende en procura de la mejora de la calidad de vida de la población ecuatoriana (Ministerio de Telecomunicaciones, 2014).

En el libro blanco de territorios digitales publicado por el Ministerio de Telecomunicaciones en el 2019 describe que es necesario discutir sobre el impacto de las tecnologías en los factores de producción. Una economía se mide por su capacidad total de producción que involucra dos grandes variables, el capital y mucho más importante el talento humano de un país (Libro Blanco de Territorios Digitales en Ecuador, 2019).

Teniendo en cuenta que el uso tecnológico es un multiplicador de la productividad y resulta en un incremento ilimitado de producción para las industrias y sectores económicos, es exigente replantear las agendas de producción y planes nacionales con un importante énfasis en la utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones como un medio fundamental para el desarrollo y aprovechar su transversalidad, de tal manera que permita un incremento en producción y generación de empleos.

Es necesario considerar los beneficios asociados a la utilización de las TIC en las empresas a nivel nacional para mejorar la eficiencia productiva, facilitar su internacionalización, incrementar las capacidades del talento humano; y en general permitir que las variables del marco conceptual de las TIC tengan un impacto directo en la economía del país." (Libro Blanco de Territorios Digitales en Ecuador, 2019).

En este sentido todo apunta a un cambio en la tecnología, la innovación, las comunicaciones, pero cómo esa tecnología es aprovechada por la sociedad, cómo puede aplicar las TIC en diferentes ámbitos si no tienen el conocimiento, aunque las tecnologías son en su mayor cantidad son intuitivas, pero no siempre son aprovechadas para las que fueron creadas sino más bien adaptadas a las necesidades por las que fueron adquiridas.

Desde este punto de vista, en principio, no se distingue por el tipo de actividades o acciones desplegadas por los individuos o sociedades involucradas. Este tipo de participación se acota como ciudadana porque es un proceso o acción que se define y orienta a través de una dimensión, una lógica y unos mecanismos político-sociales específicos (Romero, 2011).

A esto y resumiendo se diría que desde marzo del 2010 en que se crearon políticas para la incursión al apagón tecnológico por el MINTEL, no existe o hay conocimiento de una participación ciudadana de esas políticas ni tampoco una socialización del mismo, haciendo que, organismos estatales no funcionen o trabajen en equipos para estructurar bases de socialización para con la sociedad sobre los beneficios y futuras tecnologías.

### **Metodología**

Para este objetivo se trabajó en entrevistas con expertos en las áreas de televisión, sociedades, interacción e interactividad y la creación de contenidos e investigación cualitativa para indagar las problemáticas que tiene actualmente el Ecuador en hacer el cambio tecnológico mediante la revisión bibliográfica.

Con este estudio se examinó información importante sobre las características de la TDT y los comportamientos que tienen las sociedades y el impacto social y cultural de la misma.

### **Desarrollo**

El impacto social y cultural en la adopción de innovaciones tecnológicas en el terreno de la comunicación es uno de los efectos más relevantes de la evolución digital. A esto se refería McLuhan cuando hablaba acerca del mensaje de un medio: el modo que se transforma la cultura. El mismo autor sostenía que una vez que se había producido el proceso de

adopción, la tecnología se convertía en ambiental y, por lo tanto, dejaba de ser percibida como *nueva* e incluso como *tecnología*. Por eso afirmaba que “los nuevos medios no son puentes entre el hombre y la naturaleza: son la naturaleza misma” (Orihuela, 2021).

En las nuevas tecnologías, como es la TDT, los usuarios no están preparados para las innovaciones tecnológicas sino, más bien, están siendo adaptados a las herramientas y como utilizar. La adopción de cada nueva tecnología supone asumir una curva de aprendizaje que, a la mayor parte de los usuarios, les produce cierta resistencia.

En este sentido el modelo de adopción de innovaciones de Everett M. Rogers distingue a los innovators (1) el 2.5% y early adopters (2) el 13.5%, de los grupos más rezagados: early majority (3) son el 34%, late majority (4) cerca del 34% y laggards (5) son el 16%), (Orihuela, 2021).

En el mismo contexto, Juan Ángel Jódar, doctor en comunicación quien forma parte del equipo de expertos de imagen y sonido del Gobierno de la región de la Junta de Andalucía menciona.

Las brechas digitales ya no solo son a nivel cultural o de generaciones, sino a las propias infraestructuras tecnológicas con relación a países muy desarrollados. Está claro que todo lo que se desarrolle ahora ya es para ayer y con poco margen de tiempo, queda obsoleto porque siempre llega algo nuevo. Pero sí es cierto que en el ámbito del desarrollo de la televisión digital dependemos de un elemento fundamental, dependemos de los Estados, de los Gobiernos (Jódar, 2020).

También la generación de contenidos y la industria se adapta a ellas, generan cambios en los procesos de producción con la digitalización, los servidores, la conexión en red y la fase lógica está preparada y el contenido está preparado, queda el usuario, queda la sociedad y la sociedad ha sabido adaptarse a su modo, lógicamente se sabía que vivimos en una sociedad dependiente de los trabajos de los horarios. Hay matrimonios que no se ven hasta la noche cuando vuelven de su trabajo, o los hijos que están todo el día en los colegios en los centros de estudios, ya los contenidos se ven a la carta y no depender de horarios y la población se adaptó a estas nuevas formas de ver televisión (Jódar, 2020).

La televisión convencional como la conocemos se ha adaptado al mundo digital y lo que han hecho para asegurar su audiencia y no perder, es ir cambiando poco a poco, igual que la sociedad va cambiando. Si buscamos a un abuelito, lógicamente él buscará su televisión y cambiar sus canales que está acostumbrado, pero a un chico o una chica joven le será muy diferente.

Por otro lado, la televisión analógica o la televisión antigua era una televisión monótona en donde el control era un enlace entre el usuario y la televisión para actividades como, cambiar de canal, alzar el volumen o apagar (Jódar, 2020). Pero ahora el control remoto ya no solo es el contacto con la televisión, sino ya llega a ser un elemento de interacción con los emisores, que en este caso con los canales a través de mensajes cortos y a través de redes sociales vinculadas a la televisión digital terrestre. El tránsito de la televisión analógica convencional a televisión digital terrestre ha tenido muchos inconvenientes.

La verdadera revolución es la multiplicación de los contenidos. Poco a poco hay que educar al usuario de una televisión convencional con muy poco número de canales, pues las sociedades receptoras reaccionan ante un mayor número de posibilidades, de esta manera la industria audiovisual esta obliga a especializarse en los contenidos y a segmentar, pues la única forma que tenía de segmentar era con la publicidad, pero ya hoy la publicidad también nos llega a la Carta porque también cada vez el público busca lo que le interesa. Y eso es la televisión digital terrestre (Jódar, 2020)

En este sentido, para usar las nuevas tecnologías que ofrece la TDT, los medios televisivos se tienen que preparar con sus propios recursos y accesibilidad, en cambio el estado también debe preparar a la población a este cambio y tránsito de lo analógico a lo digital. Para estos cambios uno de los principales problemas es la brecha digital.

Como garantizar la cobertura nacional con una tecnología compatible con los televisores. Pero es cierto muchas áreas tendrán problemas de cobertura por su complicada geografía y grandes depresiones geográficas y si el estado no da las facilidades no se puede continuar. Es importante recalcar que la era digital y la tecnología va más rápido que nosotros (Jódar, 2020).

Marcel Baetens, Director de Tecnología de la Universidad Anáhuac en México, menciona en entrevista que:

Se de algunos países en donde ya se hizo lo que le llamamos el apagón analógico y pasó a ser todo digital, en México, tiene ya más de 3 años que desapareció la señal analógica y todo el aire es a través de señal digital ahora, el 60% de los países en Latinoamérica están transmitiendo las dos señales al mismo tiempo (Baetens, 2021).

Los canales de televisión tuvieron que cambiar prácticamente las cámaras y la salida. Es decir, que sus servidores de salida ya pudieran soportar la resolución estándar y la alta resolución. Claro que, dentro de la televisión digital terrestre, que es un nuevo concepto de televisión lo que pretende es proporcionar la posibilidad de recibir muchos más canales, por una baja cantidad de frecuencia y mayor calidad en resolución.

Cada país tiene el control del espectro electromagnético y tendrán la responsabilidad de asignar las frecuencias que necesiten para seguir haciendo la parte analógica o cambiarse la parte digital. Obviamente el objetivo cuando se diseñó la televisión digital era poder tratar de utilizar el mismo ancho de banda que se tenía para el analógico como para la emisión digital y el formato que se está utilizando para hacer la transmisión terrestre y el número de canales que el Gobierno autorice tener (Baetens, 2021).

Otro punto muy importante es la pelea entre: las diferentes formas de ver televisión, el mercadeo, las audiencias y la programación. La tradición de la televisión abierta era la venta de tiempo al aire de comercialización, esto era lo que normalmente generaba el ingreso de los canales, sin embargo, en los últimos años se ha visto la evolución de los proveedores de televisión de paga tanto de cable como satelital, y ellos han empezado a entregar un sin número de canales en donde esta comercialización se diversifica e incluso se diluye (Baetens, 2021).

Dentro del tema, Alejandro Nasser, Ingeniero Civil Informático, Máster en TI; CEPAL, Naciones Unidas, menciona:

Lo más relevante que debe ser tomado en cuenta en el momento que se quiere levantar agendas digitales con estrategia de gobierno o simplemente utilizar las

tecnologías de información en cualquier institución de carácter local nacional provincial. El primer reto tiene que ver con el liderazgo político y con los elementos que se requieren, y con esto se refiere no solo a la tecnología por delante, sino que detrás hay toda una estructura institucional del proceso (Nasser, 2022).

Por lo tanto, el primer factor relevante que se debe tener para levantar información sobre las tecnologías de información, es el liderazgo político y la voluntad política de personas que realmente pueden llevar esto adelante y creen que la tecnología de información es de colaboración interinstitucional, es decir, la colaboración entre las distintas instituciones y de las distintas personas que trabajan dentro del gobierno para crear políticas públicas mediante una agenda Digital.

Los principios del Gobierno deben ser abiertos, para tratar, diseñar, implementar e incluso evaluar estas políticas con la participación ciudadana, que tiene mucho que ver con la gestión del cambio tecnológico y la matriz productiva de los canales de televisión (Nasser, 2022).

Dentro de las competencias mediáticas, Jesús Lau, Investigador - Facultad de Pedagogía, Universidad Veracruzana, Región Veracruz, menciona:

En lo que respecta al desarrollo de competencias mediáticas e informacionales. La información y la comunicación son parte del mismo fenómeno, la comunicación es un proceso, mientras que la información es un producto y como especialistas de la información, debe interesar mucho este problema (Lau, 2022).

Lo que los medios transmiten puede ser de calidad o puede ser de no calidad dependiendo de los intereses, la información es buena o mala dependiendo de lo que se quiera ver, bien, a los medios como parte de esa nueva información, les interesa mucho el producto, organizarlo, conservarlo y, sobre todo, que el usuario sepa usarlo. Entonces tenemos un fenómeno o una acción donde participan todos.

Para que funcione las competencias mediáticas existen básicamente cuatro tópicos. a) las habilidades mediáticas informacionales, b) la cultura informativa, c) la construcción ciudadana y d) las estrategias profesionales de la información (Lau, 2022).



De igual manera el uso ético de la información, la producción y comunicación de la información, las habilidades mediáticas, son aquellas que se usan en el día a día, es la información que recibimos a través de los medios masivos, de redes sociales y afectan nuestra cotidianidad, las costumbres y las habilidades informacionales, que tienen algo en común. Impactan al comportamiento social, por ejemplo, procesos de aprendizaje y toma de decisiones sean individuales o colectivas.

De hecho, las competencias informativas y mediáticas se las compara mucho con las habilidades, igualmente, nuestros procesos cognitivos, nuestra mente, requiere una alimentación de la información y los datos deben nutrir nuestros procesos de aprendizaje (Lau, 2022).

La evolución tecnológica es un proceso indispensable para todos los países en desarrollo y generan un impacto social y cultural, para poder alcanzar lo que se llama sociedad de la información que es un preámbulo para la sociedad del conocimiento, el estado debe hacer un esfuerzo muy alto en los sistemas educativos y en las instituciones para desarrollar las competencias mediáticas informacionales y así podrán utilizar mejor los procesos cognitivos, entonces por eso es muy importante en el caso de la cultura de información.

Así mismo (Lau, 2022) menciona que «la construcción ciudadana es un término que ha sido analizado en forma magistral y el conocimiento que se debe tener de los ciudadanos es en base a sus derechos y obligaciones dentro de la sociedad que le toque vivir». Tales derechos sociales como el acceso a la información y sus nuevas tecnologías, sanidad, educación, bienestar y otros, en este caso América Latina es la región más desigual, tanto económica como social.

Así mismo se calcula que del 60 o 70% de las empresas van a desaparecer en los próximos 10 o 15 años o pueden sufrir una transformación de como se la conocía, esto, debido a la robotización y la inteligencia artificial en la toma de decisiones y esto no está lejos de los medios de comunicación, en donde existen varias tecnologías que van a influir a la ciudadanía, van a impactar, como es la realidad aumentada y los asistentes personales.

Realmente el Internet de las cosas esta para cambiar la forma de hacer y de convivir de los seres humanos igualmente tenemos en la parte de la salud, pero la tecnología de la salud en este momento tiene unos futuros muy interesantes, positivos o negativos, todo dependiendo como les queramos ver.

Con estos antecedentes se les invitaría a reflexionar sobre ello, cómo pueden promover, facilitar, apoyar estas tecnologías para desarrollar capacidades a la hora de manejar equipos de última tecnología, actualmente se convierte en una pirámide vertical cada vez más angosta, donde que las redes sociales, Apple, Google están concentrando la información en una forma muy fuerte y requiere generar sistemas descentralizados, sistemas más independientes (Lau, 2022). Igualmente, el ciudadano debe ser responsable de tratar de generar esa cultura de alfabetización digital.

Jorge Galán M. Investigador y Profesor de Semiótica y multimedia - Universidad Politécnica Salesiana Ecuador en referente al tema también menciona que:

Hoy vivimos una cultura de interacción basada en el desarrollo desde la tecnología pues las formas comunicacionales han cambiado bastante. No necesariamente requerimos de la presencialidad para comunicarnos y por ende al tener esta posibilidad de interactuar a distancia o también en tiempos diferentes ha generado todo un movimiento comunicacional (Galán, 2022).

Hoy se interpreta y se dice que las redes sociales juegan el papel de emisor mensaje receptor, pues es interactivo ya no hay una comunicación simplemente de una vía, sino es general, interpersonal y social. Es de doble vía y, por ende, hay una un papel que puede asumir un momento el emisor como productor de mensaje, pero inmediatamente el receptor puede volverse un emisor, es decir, hay un intercambio, pero a su vez, también hay una derivación (Galán, 2022).

La tecnología hipermedia permite que el mensaje pueda ser asumido desde diferentes puntos. Se va construyendo socialmente el mensaje y esta es la parte más importante de la psicología social, de la comunicación, en donde el mensaje no es unívoco, el mensaje surge y tiene alimentación o retroalimentación, recreación desde diferentes puntos.

Podríamos pensar entonces en nodos de comunicación que se van interactuando entre sí y el mensaje, por ende, va modificándose, va creciendo, va extendiéndose y por consiguiente dentro de la psicología social, esta es una de las formas muy importantes que ha adoptado en el comportamiento de las audiencias o consumidores de contenido.

La interacción vendría a ser la posibilidad de que la gente pueda aportar desde su situación particular en la generación, creación y circulación de mensajes, pero el interactuar mismo sería cuando la sociedad, desde pequeñas comunidades, pueden ir reforzando ciertos conocimientos, conceptos e ideas. La creación de mensajes viene a ser una especie de circulación de información que va como una bola de nieve, va creciendo y aplastando, diría, a todos los usuarios de las redes sociales y de los nodos de comunicación (Galán, 2022).

El apagón analógico es un fenómeno que ya está totalmente afincado en el mundo entero, las experiencias de los grandes medios de comunicación son evidentes, por ejemplo, la gente dejó de leer en papel para pasarse a leer en pantalla, lo cual implica todo un proceso de cambio en la producción de mensajes, en la circulación de mensajes, inclusive, en la interacción que está surgiendo más allá de la señal misma en la recepción de la televisión y la radio.

Lo que está sucediendo, es que, el usuario ya no necesita que le pongan programas y horarios, porque el propio usuario puede armar su parrilla musical, su parrilla de contenidos audiovisuales y puede verlo cuando quiera y donde quiera. Entonces diríamos que esa particularidad del apagón analógico es la más importante, en este caso el usuario es prosumidor y está asumiendo su propia organización de contenidos, él puede escoger una variedad de contenidos y, por ende, ese apagón analógico está teniendo serias repercusiones, especialmente en los modelos de negocio de los medios de comunicación, pero también en el modelo de consumo especialmente de los masivos (Galán, 2022).

### **Las audiencias en el Ecuador**

Las ciudades constituyen una importante herramienta del crecimiento social con su idiosincrasia muy definida con un enfoque de sustentabilidad que atienda varios frentes: proximidad, conectividad, población, actividad, transporte alternativo, habitabilidad del espacio

público, complejidad urbana, dotación de espacios verdes y biodiversidad, autosuficiencia energética, autosuficiencia hídrica, cohesión social y dotación de equipamientos.

La densidad es uno de los componentes de la ciudad dispersa versus las ciudades compactas en el mundo y, particularmente, en América Latina.

El Ecuador, al igual que gran parte de los países latinoamericanos, experimentó a lo largo de la segunda mitad del siglo XX diversos fenómenos que determinaron la forma urbana, el crecimiento y las densidades habitacionales de las ciudades.

Cuenca no fue ajena a las transformaciones urbanas resultantes de esos procesos, que incluyen –entre otros– el cambio de modelo económico hacia la industrialización que provocó una fuerte migración poblacional del campo a la ciudad (Hermida, Hermida, Cabrera, & Calle, 2015).

Desde la llegada de los medios de televisión al Ecuador, la necesidad de las personas fue la adquisición de un televisor considerado como un aparato electrodoméstico desde un inicio solo para clase alta y tener un televisor por familia, ahora, según datos del INEC las familias tiene en promedio de 3 televisores por hogar (INEC, 2020).

Esto más por la cantidad de contenidos televisivos y la diversidad de gustos en programas de acuerdo al target y la individualización familiar. En comparación que hasta finales de la década de los 90 la audiencia televisiva era familiar, pero los tiempos cambiaron y ahora se vuelve más independiente y audiencias solitarias, ya sea por la desfragmentación familiar o por la cantidad de aparatos dentro del hogar y los horarios de estancia dentro del mismo (Salamea, 2020).

Consumir televisión actualmente se ha convertido en un medio alterno debido a las múltiples plataformas que ofrecen productos audiovisuales de diversos géneros a la carta. Las audiencias han encontrado en estos medios alternativas la participación social con el propósito de construir una nueva manera de consumir, interactuar y generar contenidos de diferente índole, gracias a la televisión móvil y alternativa (García & Hernández, 2009).

En este sentido y en lo que respecta a las nuevas formas de consumir la TDT, esto va a tener una repercusión muy fuerte, se indica que, una de las primeras repercusiones que ha tenido en el Ecuador es que no ha podido dar el paso desde la televisión analógica a la televisión digital terrestre y hasta no se tomaron medidas oportunas y esa tecnología ya va quedando obsoleta, porque hoy en día estamos viviendo la tecnología que tiene que ver con el Internet de las cosas (Romero, 2011).

Refiriéndonos a la familia ante estas nuevas tecnologías. La interacción es individual es aquella que puede tener la persona con su dispositivo, con sus redes, con su entorno, sea familiar o amigos. Pero la interacción social, en cambio, surge de lo que se llama el ciberactivismo, hoy en día vemos que, por ejemplo, los candidatos políticos en América ya no usan tanto los medios tradicionales o las formas tradicionales de llegar al público, ahora están asentados en las redes sociales, es decir, hoy en día el activismo social viene a ser la interacción social y la interacción personal, en cambio, es aquella que se hace más en la comunidad pequeña (Rizo, 2021).

Si analizamos a las últimas generaciones, la generación Z por ejemplo, ellos ya se independizaron de la pantalla de la de la televisión y pasaron a la pantalla de la Tablet, del celular, y claro, ellos tienen su propio control, cada persona que tiene el dispositivo tiene su control, antes el poder era de quien tenía el control, hoy en día eso prácticamente no existe, cada individuo tiene el control de sus propios contenidos y eso tiene una serie de repercusiones, por ejemplo, con los niños, con los adolescentes, con los adultos, cuando no podemos controlar, o más bien dosificar los contenidos que pueden ser negativos para ciertos grupos generacionales que todavía no tienen un criterio suficientemente desarrollado (Galán, 2022).

Es así que la parte fundamental del consumo de productos televisivos es la interacción e interactividad sean estos de manera individual por medio del control remoto o social a través de redes, involucrando a todos los elementos de la comunicación y transformando al usuario emocionalmente y sociológicamente activo y depende de que estas experiencias sean satisfactorias a través de la calidad de servicio, grado de usabilidad y el diseño centrado en el usuario (Valverde, 2020).

A raíz de esto se espera que la televisión digital terrestre sea bastante intuitiva para las audiencias, pero siempre es necesario que los primeros usuarios tengan alguna información extra basada en sus experiencias para que las siguientes generaciones y grupos de usuarios vayan aprendiendo de esto. Siempre los que van abriendo camino son quienes necesitan un poco de tutoriales que les permitan aprovechar al máximo las herramientas de esta tecnología.

En este caso, por ejemplo, de darse el cambio a la televisión digital terrestre en Ecuador, los comportamientos por edades a lo intuitivo de los medios, digamos que migrantes digitales nativos digitales, generación Z y ahora los diablillos digitales, los comportamientos serán iguales y no depende de las edades, todos saben que al mover el dedo de arriba abajo, de izquierda a derecha van a tener unos determinados resultados (Galán, 2022).

Para terminar la idea en cuanto a las experiencias de las audiencias a la hora de consumir productos televisivos y con buena calidad en señal, es importante mencionar que el Ecuador ha evidenciado una gran brecha en cobertura de internet, desigualdad económica y social en los pueblos rurales

El uso de internet en América Latina y el Caribe es el más bajo, un 60 por ciento, sin embargo, hay países con 70% de la gente sin internet, entonces también se habla de maldad y falta de responsabilidad de los gobiernos, por lo tanto, ahí hay un trabajo importante para el estado y la empresa privada en colaboración con el público para motivar a invertir en lo que es conectividad e infraestructura para minimizar esta brecha digital (Nasser, 2022).

Así, según la UNESCO, para generar este concepto de habilidades mediáticas e información, ya algunos expertos han mencionado que, la diferencia entre los recursos productivos y los medios masivos se enfoca básicamente en la comunicación masiva y el comportamiento socio cultural de las audiencias. (Lau, 2022).

## **Conclusiones**

El impacto social y cultural de las audiencias al momento de consumir productos televisivos mediante las nuevas plataformas tecnológicas y la TDT está relacionado con la información y la comunicación, es decir, no puede haber información si no hay comunicación y

la comunicación no es comunicación si no tiene la información. Necesaria para atraer a los públicos específicos y ofrecerles experiencias basadas en la interacción con el medio.

Otro punto muy importante es la necesidad de que la población conozca de ciertas cosas técnicas y tecnológicas. Pero la cobertura digital e internet en algunos lugares del Ecuador empieza a faltar o los costos de cobertura son muy elevados para este tipo de locaciones, donde la gente tiene otro tipo de ingreso y otro tipo de actividad económica más la distancia a la que se puede encontrar de las grandes ciudades, obviamente, el número de habitantes en las ciudades es mucho más alto, pero eso no significa desvalorizar las necesidades comunicativas, de conocimiento y accesos a las nuevas tecnologías.

Entonces existe la necesidad de ayudarlos a estas audiencias a adaptarlas a estas nuevas tecnologías, ver cómo poder superar el apagón analógico, desde la adquisición de televisores con TDT o decodificadores para que dé la señal digital la pudieran convertir análoga y seguir utilizando sus receptores, hasta de indicarles sus usos y beneficios a través de diferentes medios de difusión masiva, sean tradicionales o convencionales.

Para implementar las tecnologías de la información en los servicios televisivos, hay que instalar la capacidad de informar no solo a los medios o los que ofrecen un servicio o diseñar el servicio televisivo con una producción de buen contenido independientemente de la calidad de la imagen, sino para la ciudadanía para los consumidores y esto tiene que ver con la alfabetización digital y las estrategias digitales. La cultura informativa permite a una sociedad tener el desarrollo que desea, la necesidad de una cultura informativa es alta porque vivimos en una época contemporánea, donde la información es indispensable para cada una de las actividades de producción o cotidianas.

Es necesario también que la ciudadanía actúe como protagonista, existe actualmente un cambio cultural y radical del gobierno que hoy en día están en poder de escuchar basado en los principios que tienen que ver con la participación, la transparencia y la rendición de cuentas, lo que significa acceso total a la información pública.

El objetivo es que reflexionamos sobre qué podemos hacer nosotros desde el lugar donde estemos, para desarrollar las habilidades mediáticas informacionales para nutrir el

intelecto y los procesos cognitivos con información de calidad. En la medida que esto se vaya implementando, existirá mayor ciencia, mejor ciudadanía y, sobre todo, tendremos audiencias más competentes que no solamente usan la información, sino que también produzca contenidos. (Baetens, 2021)

### Referencias bibliográficas

Baetens, M. (15 de nov de 2021). La evolucion digital y las nuevas plataformas. (C. Valverde, Entrevistador)

Galán, J. (feb de 2022). La evolucion digital y las nuevas plataformas. (C. Valverde, Entrevistador)

García, F., & Hernández, H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. Razón y Palabra.

Hermida, M. A., Hermida, C., Cabrera, N., & Calle, C. (2015). La densidad urbana como variable de análisis de la ciudad. El caso de Cuenca, Ecuador. Revista EURE-Revista de Estudios Urbano Regionales, 124.

INEC. (15 de DIC de 2020). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic-2020/>

Jódar, J. Á. (31 de julio de 2020). La evolucion digital y las nuevas plataformas. (C. Valverde, Entrevistador)

Lau, J. (feb de 2022). La evolucion digital y las nuevas plataformas. (C. Valverde, Entrevistador)

Ministerio de Telecomunicaciones, Sociedad de la Información, Subsecretaría de Sociedad de la Información y Gobierno en Línea, Dirección de Fomento de la Industria y Servicios para la Sociedad de la Información, Dirección de Infraestructura Guberna. (2019). Libro Blanco de Territorios Digitales en Ecuador. Quito.



- Ministerio de Telecomunicaciones, y. d. (2014). Reference Book of Smart Cities. Quito: NIPA.
- Nasser, A. (12 de Enero de 2022). La evolucion digital y las nuevas plataformas. (C. Valverde, Entrevistador)
- Orihuela, J. L. (8 de julio de 2021). La evolucion digital y las nuevas plataformas. (C. Valverde, Entrevistador)
- Rizo, M. (17 de octubre de 2021). La evolucion digital y las nuevas plataformas. (C. Valverde, Entrevistador)
- Romero, D. (2011). Aportes a la comprensión del sujeto en la era digital. Tesis Psicológica, 102-115.
- Salamea, M. (4 de agosto de 2020). La estructura Familiar y sociedad cuencana. (C. Valverde, Entrevistador)
- Valverde, C. (2020). La interactividad – interacción en la televisión digital terrestre. Killkana, 19-24.

#### **Notas.**

(1) Un Innovators en un sentido general, es una persona o una organización que es uno de los primeros en introducir en la realidad algo mejor que antes. Eso abre una nueva área para otros y logra una innovación

(2) Los Early adopters son los consumidores a quienes nuestra propuesta de valor le aporta una solución a un problema, aunque nuestra solución no sea del todo perfecta. Incluso es posible que puedan ayudarnos con un aporte de conocimiento y feedback para la mejora de la propuesta.

(3) Los Early majority compran o adquieren tecnología, pero antes se informan bien de los pros y contras del producto. Son los consumidores más comunes

(4) Los Late majority que compran o adquieren tecnología ya cuando todos sus amigos y conocidos lo hayan hecho y tengan pruebas suficientes de la conveniencia de la adquisición

(5) Los Laggards son aquellos consumidores que son los últimos en adoptar un producto, estos consumidores se caracterizan por ser reservados en cuanto a la aceptación e implantación de ciertos productos especialmente tecnológicos.