

Una mirada a la transición digital de la TV en Ecuador

Por: Abel SUING arsuing@utpl.edu.ec

Los tradicionales medios de información, unidireccionales, analógicos y generalistas mantienen cuotas de audiencia que les permiten coexistir con experiencias nativas en Internet, desde esta lógica se comprende que, para muchos sectores de la sociedad, la televisión aún sea la fuente prioritaria de información, aunque las emisiones digitales ganen espacio. En este momento hay dos tipos de emisiones, formatos y perfiles de consumidores, pero ¿esto persistirá? ¿hasta cuándo?

Las plataformas internacionales de streaming proveen ficción y en ciertas ocasiones han transmitido eventos políticos y deportivos, sin embargo, no existen referencias sólidas sobre cómo se divulgará y dialogará con la audiencia cuando haya concluido la transición digital, cuando finalmente ocurra el apagón analógico.

Tal vez es inoportuno encender una alerta sobre cómo se crearán y ocuparán los espacios en Internet, y seguramente muchas personas estimarán que con las opciones en redes sociales ya se está viviendo la primera etapa de la radio y televisión digital, pero no sería así porque las plataformas de emisión no son propias de los medios de comunicación, pertenecen a grandes empresas transnacionales que, en cualquier momento, pueden suspenderlas, rentabilizarlas o censurar los contenidos; si esto ocurre, ¿dónde quedará la libertad de expresión?

Si las plataformas digitales son el nuevo escenario para el intercambio de opiniones y la formación de la opinión pública debería iniciarse un amplio debate sobre cómo avanzar hacia la edad digital de los medios de información sin que ello signifique desandar los avances en comunicación social, derechos de las audiencias y libertades de expresión y prensa.

Hay voces que señalan que la “televisión e internet se han fusionado para siempre dando como fruto un modelo audiovisual transmedia, interactivo, siempre conectado, personalizable y de oferta amplia, auspiciado por un público joven y ávido de protagonismo” (Guerrero, 2018, p. 1244), esto ocurriría porque existen mecanismos que permiten vislumbrar las formas de relación entre los usuarios, los creadores de contenidos y las empresas intermediarias, el mejor ejemplo sería YouTube.

La aspiración, en orden a que el cambio digital no sea únicamente de forma, es que los ciudadanos, empresas y gobierno participen en la delimitación de los marcos de relación. No deberían suponerse que existe “neutralidad de la tecnología” (Montero & Sierra, 2017, p. 269), sino más

bien procurar intervenciones concretas sobre el espacio audiovisual para otorgaron visibilidad y voz a todos los sectores (Dodaro, 2007). La meta son medios con mayor tecnología sin perder su visión humanística.

Referencias:

- Dodaro, Christian (UBA). (2007). Campo y contracampo. Lo político en el audiovisual de los 90. XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán
- Guerrero, E. (2018) La fuga de los millennials de la televisión lineal. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 1231 - 1246.
- Montero, D., & Sierra, F. (2017). Videoactivismo y apropiación de las tecnologías. El caso de 15m.cc. *Chasqui*, (134), 263-276.