



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés

Departamento de Ciencias Sociales

Licenciatura en Comunicación

**“El consumo de televisión en Argentina.
Jóvenes y Pantallas”**

Alumno: Esner Areas, Joaquín Andrés

Mentor: Belén Igarzábal

Victoria, 27 de Mayo de 2015

ÍNDICE

Introducción.....	Pág 3
Marco Teórico.....	Pág 5
La Televisión.....	Pág 9
Los jóvenes.....	Pág 15
Nivel Socioeconómico.....	Pág 18
Metodología.....	Pág 20
Desarrollo.....	Pág 23
Conclusiones.....	Pág 36
Bibliografía.....	Pág 38
Anexo.....	Pág 43



INTRODUCCIÓN

La televisión es uno de los medios masivos más importantes. En Argentina la televisión tiene un grado de penetración del 97%¹. A lo largo de la historia ha ido variando en distintos aspectos. Desde la programación, los formatos, etc. A raíz de esto también fue cambiando la manera en la que el televidente puede consumir un producto de este medio. Se fueron creando nuevos soportes, nuevos lenguajes, a los que el consumidor tuvo que enfrentarse. En los últimos años surgió también la televisión por Internet. Y con esta innovación se cuestionó si eso era considerado como televisión o no y de qué manera afectó al consumo masivo del medio.

Por otra parte, observamos estadísticas que muestran cambios en los niveles de encendido, en los niveles de rating de cable y de aire, que suelen ser interpretadas de distintas maneras para llegar a diversas conclusiones.

La televisión como medio ha sido ampliamente investigada desde su nacimiento a partir de diferentes corrientes teóricas que la tomaron como objeto de estudio. Se ha hablado de “la muerte de la televisión”, postura que genera un amplio debate. Algunos dicen que solo persistirá la televisión en vivo, otros que “la muerte de la televisión” no es algo cierto. Las distintas teorías sobre este medio de comunicación son muchas y muy diversas.

El siguiente trabajo de tesis buscará conocer, utilizando las experiencias actuales de los jóvenes de distintos estratos socioeconómicos, en qué dispositivo consumen televisión y por qué lo hacen en uno u otro. Sumado a esto, se observarán los usos y las gratificaciones que destacan a la hora de mirar TV.

Para eso se abordará el tema de la televisión como medio y el consumo que de ella hacen las personas de entre 18 y 25 años de Capital Federal y el Gran Buenos Aires. Se estudiarán también los cambios que ha sufrido el medio, las semejanzas y diferencias entre los distintos tipos de televisión y **especialmente el uso que hacen los jóvenes de ellos.**

¹ Fuente: SINCA <http://sinca.cultura.gob.ar/noticias/i.php?id=13>

Jesús Martín Barbero, investigador especialista en medios en América Latina, sostiene que “Lo que hay que rastrear y mapear son las prácticas cotidianas, mediante las cuales la gente de todas las edades y clases sociales usa el celular, el internet, la prensa, la radio, la televisión para comprender sus necesidades básicas y expectativas de sentido” (Bonilla, M. Cataño, Rincón y Zuluaga. 2012. P. 35).

Ese es el objetivo de toda esta investigación, aunque reducido. Trataremos de rastrear y mapear esas prácticas cotidianas pero específicamente mediante las cuales la gente de entre 18 y 25 años de edad de cualquier clase social dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires consume el lenguaje televisivo todos los días de sus vidas.

La pregunta principal que nos haremos en esta investigación es:

¿Cómo miran televisión los jóvenes de Capital Federal y Gran Buenos Aires?

La hipótesis que tomamos es que “A mayor nivel socioeconómico de la persona, se tiende a mirar televisión en otros dispositivos que no sean el televisor”.

Sumado a esto, tendremos preguntas secundarias como por ejemplo: ¿Qué usos y gratificaciones les brinda el mirar televisión a los jóvenes de entre 18 y 25 años? ¿Influye el nivel socioeconómico en esto?

Para realizar este análisis se tendrá que definir primero qué es la televisión como medio y cuáles son sus productos. Y también qué formas existen hoy para mirar televisión.

La investigación consta de 12 entrevistas en profundidad realizadas a hombres y mujeres de entre 18 y 25 años que vivan en Capital Federal o Gran Buenos Aires. La parte metodológica utilizada será explicada en profundidad en el capítulo “Metodología”.

MARCO TEÓRICO

Como ya se dijo, en nuestro trabajo nos preguntamos principalmente ¿Cómo miran televisión los jóvenes de capital federal y Gran Buenos Aires? Frente a esta pregunta de investigación nos vemos tentados a acudir a dos teorías teoría muy utilizadas en este tipo de trabajos. La primera es la teoría de los usos y gratificaciones, propuesta en 1974 por Katz, Blumler y Gurevitch. Este paradigma es uno de los más dominantes para explicar temas relacionados a la exposición a los medios (LaRose, Mastro y Eastin. 2001). La segunda teoría que se tendrá en cuenta es la de los Estudios Culturales, nacida en Inglaterra en los años 60 a partir de estudios realizados por Richard Hoggart. Esta corriente examina los productos mediáticos en cuanto a las diversas prácticas culturales, con el objetivo de analizar el contexto político y social en el que se desarrollan.

Los usos y gratificaciones tienden a analizar cómo y por qué los consumidores mediáticos interactúan con los medios de comunicación. En el trabajo ya citado (1974) Katz, Blumler y Gurevitch plantean que los objetivos son: explicar cómo se utilizan los medios y cómo éstos brindan gratificaciones a los consumidores; comprender cuáles son los motivos de las determinadas conductas mediáticas; e identificar las consecuencias a partir de esos motivos.

Estos autores plantean que se suele creer que los “usos y gratificaciones” son solo una manera de explicar el modo en el que se utilizan los medios. En este caso, al querer observar cómo se utilizan los medios puede resultar útil saber qué usos le da cada estrato social a la televisión y que gratificaciones les provoca (sí es que las hay).

Los usos y gratificaciones intentan explicar las necesidades que tiene la gente sobre los medios, lo que resultará interesante observar en el objeto de estudio. Katz, Blumler y Gurevitch dicen que “el enfoque simplemente representa un intento de explicar algo de la manera en que las personas utilizan las comunicaciones, entre otros recursos en su entorno, para satisfacer sus necesidades y alcanzar sus metas” (1974. P. 510).

Por su parte, Dobos (1992) llegó a la conclusión de que la teoría de usos y gratificaciones también debería ser eficaz para determinar la importancia del contexto social como un factor relevante en la experiencia comunicativa.

Otro concepto significativo para el trabajo a realizar proviene de que las gratificaciones de las audiencias derivan de tres fuentes: Los contenidos de los medios, la exposición a los medios y el contexto social que tipifica la situación de exposición a los diferentes medios (Katz, Blumler y Gurevitch. 1974). Se observará si hay similitudes o diferencias notables entre ellas que puedan analizarse más en detalle.

Rubin (1996) plantea que los consumidores mediáticos seleccionan qué mirar porque se buscan satisfacer necesidades de tipo “psicosocial”, es decir que hay factores sociales y factores psicológicos que guían la conducta mediática. Lo que dice el autor es que lo que un consumidor piense sobre el medio se relaciona totalmente con cuestiones como el entorno en el cual está o las relaciones personales que tenga. Por su parte, Katz, Blumler y Gurevitch destacan como una de las fuentes de las que derivan las gratificaciones de las audiencias al “contexto social que tipifica la situación de exposición a los diferentes medios” (1974. P.514) Estos conceptos de que el contexto social y las necesidades psicosociales determinen el consumo mediático, son los que nos llaman la atención a la hora de investigar el consumo televisivo en los jóvenes. Investigaremos si los factores sociales guían hacia un tipo de consumo televisivo o hacia otro e intentaremos abordarlos desde estos postulados para comprenderlos de una mejor manera.

Lo que creemos, al igual que Katz, Blumler y Gurevitch es que una de las cuestiones interesantes a conocer es si “los patrones de uso de los medios están conformados por las expectativas definidas de lo que ciertos tipos de contenidos tienen que ofrecer al miembro de las audiencias” (1974. P.511)

Otra conceptualización interesante enmarcada en la teoría de los usos y gratificaciones que nos servirá para el análisis de nuestra investigación es la propuesta por Rubin (1984): Clasificó a los usos de la televisión en dos. Por un lado se habló del “uso ritualista” en la que se consume televisión para pasar el

tiempo, para entretenerse, se hace por costumbre o hábito, etc. Por el otro, Rubin habló del “uso instrumental”, que es para aprender, para tener temas de conversación, etc. De esta manera se llega a que el “uso instrumental” de la televisión está guiada por el contenido, mientras que el “uso ritualista” no discrimina en ese sentido.

La teoría de los usos y gratificaciones ha sido enormemente desarrollada y ampliada. Autores como Greenberg (1974) han elaborado listados de usos y gratificaciones que se correlacionan con distintos tipos de consumidores. Se han confeccionado categorías como entretenimiento, escape, hábito, compañía, etc. En el caso de nuestra investigación no nos proponemos hacer un análisis exhaustivo de cada una de ellas, sino que solamente se tendrán en cuenta las que tengan relevancia o participación a la hora de las entrevistas y que además tengan un sustento académico para con el resto del trabajo. Estas son el ocio y el conseguir información (gratificaciones) y los usos ritualista e instrumental.

Todos estos conceptos de la teoría de los usos y gratificaciones nos servirán para responder las preguntas secundarias, pero también para ponernos en contexto sobre la pregunta principal que es ¿Cómo miran televisión los jóvenes de entre 18 y 25 años de Capital Federal y Gran Buenos Aires?

Pasando ahora a revisar los estudios culturales, la segunda de las teorías que nos serán de gran importancia a la hora de analizar los consumos televisivos, Jesús Martín Barbero, quien adaptó los estudios de Inglaterra a esta región, afirma que “los habitus de clase atraviesan los usos de la televisión, los modos de ver, y se hacen manifiestos en la organización del tiempo y del espacio cotidianos” (1986. P.5). Por otra parte agrega que “la televisión no funciona sino en la medida en que asume demandas que vienen de los grupos receptores” (1986. P.2).

Este mismo autor, referente latinoamericano de esta corriente, dejó en su libro “De los Medios a las Mediaciones” (1986) un concepto clave que guiará nuestra investigación: Hay que dejar de analizar los contenidos para ver qué hace la gente con lo que ve.

Estas cuestiones resumen perfectamente lo que es nuestro objeto de estudio, los consumos televisivos de los jóvenes, los dispositivos que utilizan y el hecho de pertenecer a uno u otro nivel socioeconómico. Efectivamente investigaremos si los hábitos de clase atraviesan el consumo televisivo a partir del uso de diferentes dispositivos.

Otro concepto muy interesante descrito por Barbero que también será muy útil en la investigación que desarrollaremos es el concepto de “mediaciones”. Él mismo las define como “las densas pero secretas conexiones de los procesos de comunicación con las dinámicas culturales y con los movimientos sociales” (2008. P.22). Además, en una entrevista con Omar Rincón agrega que las mediaciones tienen que ver con que “los medios entran en relación” ya sea con la sociedad, con los movimientos sociales, etc. (2012. P.30). Se tendrán en cuenta entonces las relaciones que surgen entre los medios y los consumidores de distintos niveles socioeconómicos. Además observaremos cuáles son las “densas conexiones” de los procesos de comunicación con las dinámicas culturales.

La investigación está guiada por estas dos grandes teorías: los usos y gratificaciones y los estudios culturales. A pesar de ser distintas en algunas cosas, por ejemplo en que los estudios culturales no tienen como objeto de investigación las prácticas de la audiencia como un fenómeno aislado como lo hacen los usos y gratificaciones, sino que las investigan dentro de una red de prácticas y relaciones culturales, también tienen similitudes relevantes como por ejemplo la concepción de un receptor activo. Por eso consideramos que ambas visiones tienen conceptos de gran utilidad para facilitar y poder realizar un análisis más profundo. Durante el desarrollo de todo nuestro trabajo se tomarán conceptos y metodologías de ambas concepciones.

LA TELEVISIÓN

La televisión es sin dudas uno de los medios masivos de comunicación más importantes. A partir de su surgimiento alrededor de la tercera década del siglo XX, este medio ha ido sufriendo modificaciones, avances, evoluciones, que han hecho que siempre estuviera siendo observado.

Estas evoluciones siguen ocurriendo hasta el día de hoy, y es por ellas que escribiremos este trabajo. Porque queremos visualizar de qué manera impactan algunas de sus innovaciones sobre los consumidores y por qué lo hacen.

A lo largo del tiempo, estas modificaciones de la televisión han sido caracterizadas. Umberto Eco propuso la distinción más famosa, que separa a la paleo televisión de la neo televisión.

En la paleo televisión (desde los comienzos de la tv hasta fines de los años setenta) hay un flujo que se encuentra guiado por una grilla de programación. (Verón. P. 289) Este tipo de TV cumplía una función “pedagógica” para con la audiencia. Según Eliseo Verón esto implica que el objetivo es la transmisión de saberes, que es una comunicación voluntarista y que presenta una fuerte jerarquización de roles. Además, favorecía el reagrupamiento social (Lafrance. 2007).

En la neotelevisión, (desde los 80 hasta fines de los noventa) la TV se autopromueve frente a las audiencias. Se convierte en el eje de su propia existencia frente a ellas. La televisión comienza a mirarse y a representarse a sí misma. Eco dice que cada vez la TV habla menos del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público. Para esto se muestra a sí misma. Ahora ya no es más pedagógica. En cambio, es el consumidor el que interviene expresando sus deseos. Este tipo de televisión favorece una fusión de géneros, el consumidor, por otra parte, puede organizar el consumo televisivo de forma más autónoma (Lafrance. 2007)

Verón plantea que hay una tercera etapa en la historia de la televisión, que surge a partir del tercer milenio, en la que el interpretante “es una configuración compleja de colectivos definidos como exteriores a la institución televisión y

atribuidos al mundo individual, no mediatizado, del destinatario” (p. 295). En esta etapa es el mundo de las audiencias el que irrumpe en la tv

A veces podemos preguntarnos ¿Qué es la televisión? O ¿Qué NO es la televisión? Orozco Gómez sostiene que lo televisivo “es un ámbito de negociación entre pantalla y audiencia, y sobre todo de reconocimiento mutuo de cierto tipo de expresión audiovisual y de situación de las audiencias, de ritmo, de maneras de narrar historias” (p. 234). A veces consideramos que algo es televisión cuando fue producido para ser visto por ese medio, aunque allí aparece el dilema de las nuevas series y fenómenos como Netflix y sus producciones. Es por eso que frente a estas pequeñas diferencias a la hora de categorizar algo como televisivo o no, se tendrán en cuenta especialmente las opiniones y las definiciones propias de cada entrevistado.

Hay dos lenguajes televisivos principales. El grabado y el directo. Aunque el grabado no sea un lenguaje específico de la tv (se comparte con el cine) es característico de este medio. Carlón sostiene que ambos lenguajes se están modificando. Sostiene que el grabado va a desaparecer, porque va a estar disponible en cualquier momento y lugar, mientras que el directo, que es el lenguaje específico de la televisión va a sobrevivir. De todas maneras, creemos que mirar un programa donde y cuando se quiera no implica la muerte del medio, tan solo una mutación que investigaremos si es generalizada o no.

Guillermo Orozco Gómez dice que “La TV es una institución social, pública o privada y una industria cultural, así como un dispositivo de generación y distribución de imágenes, información y publicidad” (p. 229). También la define como “una particular combinación de lenguajes, un conjunto de formatos que encuadran de ciertas maneras sus narrativas” (p. 230).

La televisión está puesta en la mira de diversos académicos que dicen que de una manera u otra se encuentra en su etapa final, que se acerca su fin, etc. Otros en cambio le auguran un largo recorrido. Estas posturas, y las distintas etapas del medio televisivo se describirán a lo largo del trabajo.

De lo que sí estamos seguros es que estamos en una etapa de cambios, lo que no necesariamente significa de crisis (eso se analizará al finalizar), y para comprenderlos debemos mirar toda la historia del medio.

En primer lugar, una de las teorías sostenidas por muchos es la del fin de la televisión **como medio**. Recordemos la definición dada por Eliseo Verón, que implica que medio= soporte tecnológico + práctica social. Lo que deberíamos tener en cuenta es que ni el soporte tecnológico (el televisor) ni la práctica social han finalizado, y nos atrevemos a decir que según lo visto en las entrevistas y en las encuestas del Sinca, no finalizarán por un largo tiempo. Decimos esto sosteniéndonos en que en la Encuesta de consumos culturales del año 2013 el 92% de los jóvenes de entre 18 y 29 años mira televisión todas las semanas.

Lo que sí tenemos que tener en cuenta es que ambas partes de la definición de medio de Verón han **mutado**, y lo seguirán haciendo porque es la lógica normal de cualquier práctica mediática. Los tipos de televisores han sido distintos desde su creación hasta ahora, momento en el que la tecnología produce cambios vertiginosos, y las prácticas sociales también, y obviamente seguirán modificándose a lo largo de los años.

Teniendo en cuenta eso consideramos arriesgado hablar del “fin” de la televisión como medio y nos acercamos más a la postura de la “mutación” del medio televisivo. “La experiencia con cambios pasados nos dice que los viejos y nuevos medios se acumulan, se acomodan pero no desaparecen” (Orozco Gómez. 879. P. 241). Scolari sostiene que estamos frente a la rearticulación del rol de la televisión como vertebrador de la sociedad.

También existen distintas posturas en cuanto al funcionamiento en sí de la televisión, es decir en cuanto a las prácticas televisivas cotidianas. Sobre esto, Miller (2012) sostiene que mientras la televisión sea la única que ofrezca las gratificaciones buscadas por las audiencias sin pedirles casi nada, seguirá existiendo. Carlón agrega que ya no se debe llamar televisión a algo que no cumple con fundamentos básicos de ese medio, como la masividad, o el hecho de programar la vida social.

Las **audiencias** también han sufrido procesos de cambio. Según Orozco Gomez son “una categoría genérica frente al mundo mediada por medios y tecnologías, por representaciones casi siempre audiovisuales de la realidad, independientemente del tipo de interacción que se entable con las pantallas; ya sea más activas o más pasivas, (...) más determinada por la recepción que por la emisión o viceversa” (2012. P. 43). Los cambios en los medios y en las tecnologías hacen entonces que esta categoría se modifique. Ricardo Nunes, por su parte, agrega que “varios modelos de comunicación coexisten e interactúan desempeñando papeles diferentes en el gran sistema de medios” (2008. P. 728). De todas maneras, según la Encuesta Nacional de Consumos Culturales (2013), el 92% de los jóvenes de entre 18 y 29 años mira televisión todas las semanas. Por otra parte, en cuanto al nivel socioeconómico, el 93% de las personas de los estratos más altos mira todas las semanas, mientras que en los niveles más bajos ese porcentaje asciende al 96%.

Por otra parte, en relación a la **multiplicación de pantallas**, hay autores que sostienen que el fin de la televisión está cerca y que esto se debe principalmente a este fenómeno y a la gran fragmentación de audiencias, porque de esta manera el consumidor no sigue una programación establecida por el canal, sino que arma su propia grilla. Frente a esto, Guillermo Orozco Gómez cree que a pesar de ser así, las audiencias “siguen teniendo a la TV como un punto central de referencia” (p.230), y agrega que la TV “se adapta darwinianamente a nuevas condiciones de existencia aumentando el espectáculo y ensayando formatos” (p. 236). En cambio, autores como Missika creen que “ha comenzado un proceso que determina la desaparición del modelo de televisión que conocíamos y sus sustitución por aparatos audiovisuales múltiples, entre los cuales la televisión ocupará una posición siempre menos dominante” (2007. P. 37). Paola Fernández, por su parte, opina que “el usuario se rebela contra el broadcasting y exige interactividad, y para eso cuenta con todos los recursos que le brinda la web” (2012. P. 386). Todas esas interacciones presentes no sólo en la televisión sino por ejemplo en aplicaciones o redes sociales también forman parte de las audiencias, aunque los organismos oficiales no lo contabilicen.

En cuanto al **futuro** del medio, Miller (2012) cree que en el futuro habrá más TV, pero de distintos tipos, no sólo los actuales, y a la vez habrá más audiencias. Uno de esos “nuevos tipos” es la **TV online**. Con este fenómeno vuelve a surgir la pregunta de ¿Qué es televisión y qué NO es televisión? Desde nuestra parte creemos que lo que siga los lenguajes y las lógicas televisivas ya descritas será considerado televisión. De todas maneras en esta investigación apelamos a las opiniones y creencias de los consumidores. Ellos son los que determinarán qué consideran que es televisión y que no. Porque al final de cuentas creemos que el que siente que está siguiendo o no las prácticas de un medio determinado es el consumidor.

La televisión por internet se transmite especialmente a través de dos formatos de páginas web. Por un lado páginas específicas de videos (el ejemplo más claro sería YouTube), y por el otro páginas de canales de televisión (Jiyoung Cha. 2013). Sobre este segundo tipo de páginas web, Eva Sanagustín (2006) sostiene que “se han convertido en la mejor herramienta comunicativa y la mejor opción para ofrecer de primera mano la programación”.

Los fenómenos más interesantes para analizar se dan fuera de las pantallas, en las relaciones entre la televisión y otras tecnologías, como por ejemplo la computadora (Scolari. 2013. P.253). Es el mismo Scolari (2013) el que plantea que hay un fenómeno creciente que proviene de establecer relaciones entre las redes sociales y la televisión, lo que conocemos como Social TV. Miranda (2003) sostiene que la manera tradicional de producir TV está a punto de morir, pero a la vez está a punto de nacer una nueva que son los portales de televisión de Internet. Ruano agrega que “el sector audiovisual se encuentra en un momento de expansión como consecuencia de la posibilidad de producir, distribuir y exhibir los contenidos mediante innovadores y distintos soportes” (2013. P. 1)

Esta mirada sostenida por Ruano es muy interesante porque ve en los nuevos soportes un crecimiento, un agregado, no una disminución (la desaparición de la TV). Todas estas posturas que sostienen distintos autores son por demás enriquecedoras antes de hacer nuestro propio análisis.

A partir de estos fenómenos es que se habla del fin del broadcasting, porque ahora se comparte el espacio con otras formas de producir o ver televisión. La cuestión es que como sostiene Scolari, “la televisión no es solo broadcasting”, es un “conjunto de prácticas de producción e interpretación de textualidades audiovisuales” (p.254-255) Varela sostiene que ver televisión en Internet es discontinuar el flujo televisivo y reorganizar el discurso. Pero esa reorganización del discurso no rompe con el lenguaje televisivo, no desaparece. Sigue estando ahí pero de otra manera. Ricardo Nunes (2008) cita a Paredes y Barbolla quienes en cambio creen que el concepto de televisión que tenemos desaparecerá, ya que la tv online se encargará de destruir la televisión de masas y llevará a transformar el concepto en algo mucho más individual

El rol de Internet como una plataforma de distribución y consumo de productos audiovisuales ha crecido mucho. Este crecimiento debe ser muy tenido en cuenta por los sistemas de televisión. La TV online se encuentra a la vez siendo un medio de comunicación de masas y también de comunicación interpersonal (Ricardo Nunes. 2008). A pesar de estas posturas, según la Encuesta Nacional de Consumos culturales, solo el 8,5% de la población sostuvo que mira “de vez en cuando” tv online, el 2,5% “casi nunca” y el 89% nunca. En todos los niveles socioeconómicos la mayoría de los encuestados suele usar la computadora para ver televisión con una frecuencia muy esporádica. De todas maneras, entre las clases sociales más altas, la frecuencia “de vez en cuando” se impone sobre las demás, lo que demuestra que el modo “online” para ver televisión se asocia a los sectores más altos de la sociedad. Mientras que en estos niveles el porcentaje de los que miran “frecuentemente” o “algunas veces” alcanza aproximadamente más del 11%, en los sectores más bajos ese porcentaje llega sólo al 4%.

Estas caracterizaciones del medio televisivo, de sus cambios, sus crisis, su situación actual, etc. enmarcarán lo que será nuestro análisis que desarrollaremos a lo largo de toda la investigación en cuanto al consumo de los jóvenes de Capital Federal y Gran Buenos Aires.

LOS JÓVENES

Como ya se estableció en la introducción, la población que se toma en este estudio serán los jóvenes de entre 18 y 25 años de Capital Federal y Gran Buenos Aires. Es necesario establecer aquí el por qué de esa elección y de la relevancia de estudiar el consumo televisivo de personas de esas edades.

Lo que se busca investigar son consumidores televisivos que se encuentren en la “primera juventud”, con el fin de homogeneizar lo más posible las prácticas cotidianas de los entrevistados. Se busca que estén atravesando prácticas de vida similares, con el objetivo de no llegar a conclusiones sobre un grupo tan grande y heterogéneo, ya que haría que las conclusiones no pudieran ser certeras para todos.

En primer lugar, es interesante observar cómo los primeros “nativos digitales” (Prensky. 2001) actúan frente al aparato televisivo. Decimos primeros nativos digitales porque los entrevistados serán personas nacidas entre los fines de la década del 90 y mediados de esa misma década. Creemos que ese grupo de jóvenes fueron los primeros que empezaron a convivir desde pequeños con los avances tecnológicos.

Es muy probable que los nativos digitales, quienes nacen rodeados de las nuevas tecnologías, tomen al medio televisivo y se lo apropien de manera distinta a los inmigrantes digitales. Esto no es una afirmación sino que podría ser una hipótesis para otra investigación. En nuestro caso se evaluará a los jóvenes entre sí, no diferenciando entre inmigrantes y nativos, sino entre los mismos nativos.

Sala, Chalezquer y Artopoulos (2014) afirman que los jóvenes son el público que se adapta mejor a las novedades tecnológicas y los que más rápidamente descubren a las nuevas pantallas. Creemos que esto tiene que ver especialmente con el hecho de ser parte de ese grupo al que Prensky denominó “nativos digitales”.

Igartúa (2007), por su parte, establece que explicar las razones y motivos del consumo televisivo de jóvenes y adultos es uno de los campos más fructíferos de la investigación en comunicación. Frente a este campo, la teoría de los usos

y gratificaciones es la que intenta analizar cómo y por qué lo hacen. Greenberg por ejemplo (1974) la utilizó para comprender los consumos televisivos de niños y adolescentes. En nuestra investigación el rango etéreo es posterior pero no deja de ser pertinente.

Morduchowicz afirma por su parte que las pantallas son fundamentales en la construcción identitaria de los jóvenes, ya que son espacios que les “hablan de ellos y a ellos”. Igartúa agrega que “la televisión constituye un potente agente socializador de amplio espectro que compite con el resto de instancias socializadoras (en especial la familia y la escuela)” (2007. P.198). La característica de agente socializador de la televisión se observará en las entrevistas en profundidad. Los jóvenes entrevistados explicarán a través de sus experiencias propias, en qué los afecta el uso de la televisión y sus diversas prácticas.

Algo para tener en cuenta es la manera en la que utilizan los jóvenes a las pantallas. Es especialmente esto lo que queremos vislumbrar a través de la investigación. Nos interesa conocer si todos le dan usos similares o si hay diferencias para destacar. Y si las hubiere, intentaremos buscar el por qué de esas diferencias. Sobre esto, Morduchowicz (2008) sostiene que los medios están “privatizados” por los jóvenes, es decir que les dan un espacio propio. Lo que analizaremos es si esa privatización es igual para todos o si hay situaciones distintas según diversos factores como por ejemplo el nivel socioeconómico.

Según Sala, Chalezquer y Artopoulos, la generación interactiva en Argentina es una de las que tiene porcentajes más altos en Latinoamérica en “posesión y uso de diversas pantallas” (2014. p.17).

Por todas estas cuestiones es que nos interesamos en los jóvenes argentinos como objeto de estudio y en sus prácticas mediáticas, especialmente en lo relativo a su consumo televisivo.

Jesús Martín Barbero dice que “Lo que tenemos que pensar es lo que se hace con la televisión y con los medios. El adolescente que juega video juegos también ve la televisión pero de otra manera; la clave está en que los medios

no pelean entre sí, porque tienen en común el relato” (Bonilla, M. Cataño, Rincón y Zuluaga. 2012. P. 33).

Esas “otras maneras” de ver televisión de los jóvenes (en el caso de nuestra investigación), y especialmente teniendo en cuenta lo que es la televisión online, son las maneras que nos interesan para guiar este estudio. Trataremos de obedecer a Barbero y “pensar qué se hace con la televisión” en los distintos entornos sociales.



Universidad de
San Andrés

NIVEL SOCIOECONÓMICO

La hipótesis central de esta investigación es que a mayor nivel socioeconómico mayor tendencia entre los jóvenes de entre 18 y 25 años de Capital Federal y Gran Buenos Aires a mirar televisión por internet.

Esta hipótesis se intentará probar como ya se explicó a través de un análisis cualitativo brindado por entrevistas en profundidad realizadas a jóvenes de distintas clases sociales.

El concepto de nivel socioeconómico o de clase social es un concepto complejo de utilizar y de analizar. Con la intención de llevar a cabo el análisis de la manera más simple posible se tendrán en cuenta las categorizaciones de la Asociación Argentina de Marketing.

Más allá de eso, es interesante ahondar sobre las prácticas mediáticas de los distintos estratos. Clyde White (1955) considera en general que las actividades recreativas dependen totalmente de la clase social. El autor, al igual que en esta investigación, deja de lado la posibilidad de que las distintas prácticas se relacionen con los distintos niveles socioeconómicos por una cuestión de acceso. Para ello todos los entrevistados que formen parte de esta investigación deberán tener acceso a TV y a internet desde su casa.

Lo que se plantea es que teniendo las mismas posibilidades de acceder a distintos entretenimientos, las elecciones son diferentes según las clases sociales. Lo que nos preguntamos más profundamente es ¿Por qué sucedería esto? (en caso de que se comprobara la hipótesis).

Barnett and Allen, por su parte, al hacer un estudio sobre el consumo cinematográfico según clases sociales (2000) diferencian los consumos según géneros. Los autores observan que los niveles más bajos suelen mirar un tipo de películas y los más altos otros tipos de films. Esa postura es interesante, y es algo común de escuchar en cualquier lugar. Será interesante corroborar en las entrevistas si las diferencias según tipo de programación existen y tienen alguna correlatividad entre niveles socioeconómicos o no. Si los niveles más altos miran un tipo de programas en especial y los niveles más bajos otros, o si

de lo contrario el nivel socioeconómico no influye a la hora de elegir un programa de televisión.

Estos autores terminan concluyendo que mientras que las personas de clases más altas miran más películas (comparándolo con el consumo de los niveles más bajos) en el cine o alquiladas, las clases más bajas miran más películas (comparándolos con los niveles más altos) a través del televisor (Barnett and Allen. 2000). Esta diferencia del soporte pareciera acercarse más a lo que intentamos proponer desde esta investigación. Sin embargo, las diferencias en el consumo cinematográfico se acercan a la posibilidad de acceso de cada nivel. Es decir, los niveles más altos van al cine porque tienen la posibilidad de pagar la entrada mientras que los niveles más bajos no. En cambio, en la investigación que proponemos se intenta descartar la posibilidad de acceso a uno u otro soporte, ya que todos los entrevistados tienen las mismas condiciones de acceso a uno u otro soporte mediático a analizar.

Más allá del tipo de consumo televisivo es interesante observar de qué manera lo realizan. Jesús Martín Barbero habla de un *“nuevo espacio comunicacional”* y de nuevos *“modos de estar juntos”* que surgen a partir de las interacciones mediadas por el televisor, la computadora, etc.

Lo que será preciso analizar es si estos nuevos espacios o nuevos modos son propios de cada nivel socioeconómico o si son por el contrario, generales a los jóvenes de toda la sociedad. De aquí saldrán a la vez relaciones con el concepto de *“Mediaciones”*, también propuesto por Barbero y explicado en el marco teórico de la investigación.

METODOLOGÍA

La investigación que se desarrollará será cualitativa. Se utilizará el método de entrevistas en profundidad que se realizarán a sujetos a partir de un plan de investigación. La investigación cualitativa consta de 12 entrevistas en profundidad realizadas a hombres y mujeres de entre 18 y 25 años que vivan en Capital Federal o Gran Buenos Aires. Estas entrevistas tienen como objetivo conocer de qué manera consumen televisión estas personas, que a la vez serán clasificadas según su nivel Socio-económico.

El rango de edad no está determinado por una elección sin sustento. Se busca estudiar a personas de la “primera juventud”, que estén atravesando prácticas de vida “similares” (universitarios, todavía no están a cargo de una familia, etc). Ampliar aún más el rango de edad podría influir, ya que son muy distintas las vidas de un joven de 18 que alguien de 30 años, por lo que sacar conclusiones sobre un grupo tan heterogéneo podría ser peligroso.

Sala, Chalezquer y Artopoulos dicen que “la capacidad adquisitiva afecta también la posibilidad de tener acceso en el hogar a estas tecnologías. Las personas con más recursos tienen una accesibilidad considerablemente superior a aquellas con menos recursos económicos” (2014. P. 5). Para combatir contra esta afirmación, todos los entrevistados deberán tener acceso desde su hogar tanto a televisión como a una computadora con conexión de banda ancha. Teniendo en cuenta que según el Sinca el 72% de los jóvenes de entre 18 y 29 años tienen acceso a Internet desde su casa y que el AMBA es la región de más acceso a banda ancha, podemos abarcar a todas las clases sociales, porque tanto alguien del nivel socioeconómico más bajo como alguien del nivel socioeconómico más alto pueden llegar a tener acceso a Internet desde su casa. Esta condición se pone para que las conclusiones a las que lleguemos no se vean sesgadas por la posibilidad de acceso de una u otra persona, sino que todos estén en las mismas condiciones.

Los entrevistados serán tanto hombres como mujeres, aproximadamente 50% cada uno, y la diferencia que guiará la investigación será la del nivel socioeconómico de los entrevistados. Para agruparlos en los distintos estratos se realizarán preguntas que los clasificarán. Estas preguntas serán en base a

la clasificación de Nivel Socioeconómico (NSE) de la Asociación Argentina de Marketing. Se intentará que la cantidad de entrevistados esté distribuida equitativamente según el nivel socioeconómico. Es decir, que aproximadamente se entrevisten a la misma cantidad de jóvenes de clases “altas” que de estratos más bajos.

A partir de las entrevistas en profundidad se observarán comportamientos y opiniones de los jóvenes a la hora de consumir televisión. Katz, Blumer y Gurevitch citan a Lundberg y Hulten (1968), quienes creen que algunos de los objetivos de los medios masivos pueden derivar de datos que surgen de los propios miembros de la audiencia.

Aunque cada entrevista puede ser diferente, el modelo apunta a que el entrevistado de su opinión acerca de ambos medios (televisión y computadora) sea cual sea el que utilice para tratar de comprender el “por qué” de determinado uso y el “por qué no” del otro consumo.

Las entrevistas en profundidad seguirán el siguiente modelo:

TELEVISIÓN

- 1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?
- 2) ¿Mira televisión?
- 3) ¿Qué mira en televisión?
- 4) ¿En qué momento de su día mira televisión?
- 5) ¿Por qué mira televisión?
- 6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

COMPUTADORA

- 7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?
- 8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

Si responde que si:

9a) ¿Por qué utiliza? ¿Para qué?

9b) ¿En qué momentos?

9c) El uso de computadoras ¿Provocó algún cambio respecto a su manera de mirar televisión? ¿Cuáles? ¿Y qué repercusiones tuvieron estos cambios?

Si responde que no:

9d) ¿Por qué no utilizan? ¿Qué limitaciones le ve?

CUALQUIERA SEA LA RESPUESTA EN 8) SE CONTINÚA POR LA PREGUNTA 10)

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

DESARROLLO

Para comenzar nuestro análisis partiremos de una cita de la autora Soledad Ruano, Doctora en Comunicación Audiovisual, que plantea lo siguiente: “La televisión generalista seguirá existiendo siempre, pero cada vez irá más dirigida a los adultos y niños, los jóvenes abandonan la televisión y la sustituyen por Internet y el móvil” (Ruano. 2009. P. 6) La misma autora sostiene que el hecho de que la televisión ya no se ve exclusivamente en el televisor es por demás conocido, y que tanto Internet como los celulares son ahora plataformas interesantes para distribuir contenidos similares (2009).

Nuestro objetivo en este capítulo será observar si se cumple lo que plantea la autora, o si no se cumple al 100%, por qué tiene razón o por qué se equivoca, etc. En este caso los consumos de los jóvenes son nuestro objeto de estudio. Queremos observar si en general todos los jóvenes actúan de la misma manera o si existe algún patrón que guíe el consumo que nos facilite comprender la situación actual del medio de comunicación más importante de todos.

¿Qué es la televisión?

Así como ya escribimos sobre la televisión y su situación actual, creemos importante comenzar este capítulo con la visión que tienen los entrevistados sobre este medio.

Al ser consultados sobre qué se les viene a la cabeza al escuchar el concepto de “televisión” tienen dos visiones principales. Una es la de televisión como medio, y la otra es la de televisión como el aparato (televisor).

Al hablar de la televisión como medio reconocen un tipo de lenguaje audiovisual. Normalmente nos preguntamos ¿Qué es televisión? Y ¿Qué no es televisión? La mayoría de los entrevistados reconocen como televisión a la mayoría de los productos audiovisuales que consumen habitualmente. Más allá de los programas de la tv regular, también reconocen a las series e incluso a fragmentos de programas que aparezcan en Youtube como productos televisivos. Lucas (NSE C3) sostiene que “El concepto de televisión me remite a lo audiovisual, a una imagen con sonido que en general se mira por el

televisor, aunque día a día está se está ampliando la posibilidad de verla de otras maneras.”

Por su parte los que tienen una visión de televisión como aparato sostienen cosas como: “Para mi televisión es un dispositivo cuadrado que pasa programas de distintos géneros” (Thiago. NSE C2) o “Un aparato negro, cuadrado, bah, ahora ya no es más cuadrado pero esa es mi idea” (Laura. NSE AB)

Usos de la televisión

Luego de definir el concepto “televisión”, consideramos prioritario abordar el uso que se le da por parte de los jóvenes de entre 18 y 25 años en la Capital Federal y Gran Buenos Aires. Galloway y Meek sostienen que la motivación para usar cualquier medio masivo de comunicación está afectada por cuánto confíe una persona en ese medio y en cuánto satisfaga su propia necesidad (1981). Por eso, como los jóvenes de distintos niveles socioeconómicos se encuentran en distintos entornos sociales y eso provoca a su vez que tengan distintas necesidades en cuanto al consumo mediático, y distintas mediaciones es que tienen motivaciones distintas para usar uno u otro dispositivo.

Ruggiero sostiene que “la forma en que las personas optan por utilizar los medios de comunicación difiere de acuerdo con su posición en la estructura social” (2000. P. 24). Esta afirmación es lo que se intentará corroborar a lo largo de toda nuestra investigación.

Como ya se dijo, Rubin (1984) habló del “consumo ritualista”, en el que se consume televisión para pasar el tiempo, para entretenerse, y del “consumo instrumental”, que es para aprender, para tener temas de conversación, para utilizar como medio de información. Este uso se asocia a un consumo más guiado por el contenido, mientras que el ritualista está más guiado por la costumbre.

Ahora bien, mucho de lo surgido en las entrevistas sobre el consumo mediático está relacionado con el “hábito”, que como planteó Rubin, está asociado con el consumo ritualista. Por ejemplo Lucas (NSE C3) comenta: “En general no prendo la televisión con ningún objetivo claro, puedo prender y terminar viendo

una película, una serie, un noticiero.”, lo que refleja este testimonio es el típico consumo ritualista, que es el mismo caso que plantea Uciel (NSE D2), que dice “Creo que por costumbre, por rutina. Es casi como automático llegar del laburo, prender la televisión y empezar a ver que hay hasta encontrar algo que me guste”.

De todas maneras, también hay casos de jóvenes que se acercan más al consumo instrumental, como Arthur (NSE C1) que sostiene “me gusta mirar algo en serio, no dejarlo de fondo y listo, ponele los documentales que miro los miro prestando atención porque es algo que disfruto. [...]A mí me encanta aprender cosas, y la tele es una herramienta genial para eso, pero todo depende del uso que le des.”. Este tipo de consumo sería entonces lo que Rubin define como Instrumental.

En general lo que se observa a partir de las entrevistas es que ambos usos se ven reconocidos por los jóvenes consumidores de televisión, pero el que se destaca en un nivel mucho mayor es el uso ritualista. Esta es la manera de consumir televisión más utilizada. La televisión como manera de despejarse, de pensar en otra cosa, y hasta de descansar es la televisión que los consumidores reconocen como su preferida. El uso instrumental en cambio, está un escalón más abajo en la mayoría de los jóvenes. Varios la identifican y la reconocen, pero le dan un papel secundario dentro de sus prácticas televisivas diarias.

Podemos decir en este caso que no hay una correlación para un uso u otro según determinado nivel socioeconómico, sino que es general a cualquier estrato. Tanto los entrevistados de niveles más bajos como los de los niveles más altos se reconocen más como consumidores ritualistas que como consumidores instrumentales. Según las entrevistas realizadas entonces podríamos decir que si la afirmación de Ruggiero: “la forma en que las personas optan por utilizar los medios de comunicación difiere de acuerdo con su posición en la estructura social” (2000. P. 24) la tenemos en cuenta desde el punto de vista de los “usos” de Rubin, esta no coincidiría con los resultados obtenidos.

Gratificaciones

En cuanto a las gratificaciones, el otro de los conceptos que enmarcan nuestra investigación, y siguiendo en la misma línea a lo referido a los usos, observamos que la mayoría de los entrevistados coincide en remarcar al ocio/entretenimiento como la gratificación principal que les brinda la televisión ya sea tanto desde el televisor como desde la computadora. “Miro porque me divierte, es una manera de disfrutar mi tiempo libre” (Gonzalo. NSE AB) “es una de las formas de entretenimiento que prefiero, es lo que me hace pasar el tiempo libre en mi casa de la mejor manera” (Lucas. NSE C3). “Es una forma de ocio que está muy al alcance nuestro, accesible y lo podés hacer en cualquier momento del día” (Santiago. NSE D1).

La otra gratificación que resaltan a la hora de consumir televisión, aunque en un segundo nivel, es la de informarse. Esta necesidad se satisface para muchos de los jóvenes a través de los noticieros de la televisión. Lucas (NSE C3) sostiene que “televisión en primer lugar lo veo como un medio, un medio de comunicación que está destinado a que el consumidor disfrute un tiempo libre aunque también una concepción quizás más antigua es que además es un medio informativo”, otras afirmaciones sostienen “Cuando me levanto lo primero que pongo es TN (Ignacio. NSE C1)”.

Según la Encuesta de Consumos Culturales del Sinca, el 41,5% destacó que su principal consumo televisivo se da a partir de noticieros, y el 30,5% dijo que es a partir de novelas y series. Estos dos grandes grupos coinciden con lo encontrado en las entrevistas aunque en un orden invertido, ya que los entrevistados resaltaron el ocio por sobre el papel informativo de la televisión.

Pasando a la categorización de Katz, Haas y Gurevitch (1973) sobre las necesidades que les satisface a los consumidores un medio, y aunque en realidad muchos de los entrevistados intentan alejarse del concepto “necesidades”, aparecen lo que los autores definen como “necesidades de entretenimiento y escapismo” además de las “cognitivas”, dejando de lado las “afectivas” y de “autoafirmación”. Sobre las necesidades “integrativas sociales”, que son las que implican un “formar parte”, el único que las destaca es Thiago

(NSE C2) al decir que “hablando con compañeros de la facultad me recomendaban series o cosas así y me enganché”.

De la misma manera en la que no se vieron diferencias en el tipo de usos, tampoco se observan diferencias constantes entre los niveles socioeconómicos en cuanto a las gratificaciones producidas por el medio televisivo. Además de que las gratificaciones resaltadas son solo dos en todo el conjunto de jóvenes, la orientación por destacar una sobre otra es totalmente independiente del nivel socioeconómico.

Modos de ver Televisión

En cuanto a lo que serían los modos de ver televisión, aunque haya algunos que prefieran mirar por el televisor y otros desde la computadora, en general todos remarcan el hecho del “ritual” de ver el televisor para hechos de gran importancia, ya que conlleva otra lógica social. Gonzalo (NSE AB) sostiene “Yo podía ver los partidos por mi computadora si quería, pero creo que va más allá, es como que va a una lógica de cómo mirar, lo mirábamos todos juntos, alentábamos todos juntos. Si yo lo miraba en mi computadora tirado en la cama era como si fuera un apartado social, asique la televisión como bueno tiene eso, le da al consumidor una empatía con el resto que no te da la pc que cuando mirás estas ahí solito tirado en la cama”.

Esto se relaciona directamente con la postura de que el lenguaje de la televisión es el lenguaje del vivo. Esta afirmación es sostenida hasta por los jóvenes que no suelen consumir televisión por el televisor en casi ningún momento de sus prácticas mediáticas diarias, por lo que consideramos que es algo muy relevante a la hora de escribir sobre el medio televisivo.

El lenguaje de la televisión por Internet en cambio es todo lo contrario a una ritualización. Muchos de los entrevistados decían que podían pausar, irse, y continuar mirando en otro momento, etc. Por eso se considera que el lenguaje grabado es el fuerte de otras plataformas, como la computadora.

Futuro de la televisión

Las cuestiones del futuro también son muy relevantes a la hora de analizar la situación de la televisión como medio y del televisor como aparato.

Hay autores que dicen que “Muere la forma actual de hacer televisión, las tecnologías de la información están influyendo sobre los contenidos. PC y televisión serán cada día más parecidos (Miranda Cáceres. 2003)”. La televisión atraviesa un momento de intensa mutación, ya sea por cuestiones tecnológicas, sociales, económicas y culturales. Es a causa de eso que surgen nuevos modelos de producción, difusión y consumo de contenidos audiovisuales. Aproximadamente el 35% de la gente que mira videos online cancelaría su suscripción a la televisión por cable en 5 años. Ruano sostiene que para mantenerse en pie deberán innovar en contenidos, crear formatos, etc. “La creación de contenidos seguirá siendo la fuerza motriz de la tv” argumenta (Ruano. 2009 P. 13).

Esta postura no es solo de académicos sino también de los entrevistados. La mayoría no cree que la televisión como mercado desaparezca, sino que piensan que de alguna manera deberán adaptarse a las nuevas situaciones. “Ya ahora la televisión está bastante en contacto con lógicas y formatos que incluyen nuevas tecnologías asique supongo que será lo mismo, tendrán en cuenta las tecnologías que haya en 5 años y las meterán en los programas” sostuvo Lucas, uno de los entrevistados (NSE C3). Thiago (NSE C2), por su parte afirmó que “Creo que vamos como para el lado de la integración entre tele, computadora, celular, cosas así.”. Por último, Arthur (NSE C1) agregó “desaparecer no va a desaparecer, van a surgir cosas nuevas, van a haber cambios seguro, pero el negocio tiene que seguir”.

Un ejemplo claro de esta integración de la que habla Miranda Cáceres lo vemos en el nuevo reality “Elegidos”, un formato muy exitoso en todo el mundo y que acaba de llegar a nuestro país, en el que el público, que se sabe que consume más de una pantalla a la vez, interactúa en vivo con los concursantes juzgando sus performances a través de una aplicación bajada en sus celulares. Este tipo de productos son los que tanto académicos como consumidores creen que son el futuro de la televisión.

Internet y la televisión

Pasando ahora al consumo de Internet, según Cha, las generaciones jóvenes pasan más tiempo online que mirando televisión. (2013. P.71) Esta proposición es interesante pero no implica directamente el fin de la televisión. Es necesario analizar las distintas situaciones y tener en cuenta los diversos contextos en los que se enmarcan a los consumidores. La mayoría de los entrevistados resaltaba un uso constante de Internet, ya fuera en el trabajo o en sus casas, pero a la vez todos destacaron como relevantes y “de todos los días” sus consumos televisivos, ya sea tanto desde el televisor como desde la computadora. Claramente es muy probable que muchos jóvenes hayan perdido la costumbre de sostener prácticas televisivas a partir de la intromisión de Internet en sus vidas, pero no es lo que destaquen los entrevistados de nuestra investigación.

De todas maneras, ellos sí reconocen cambios en la lógica televisiva, reconocen un cambio de rumbo a partir de las nuevas prácticas que se desarrollan. No ignoran las mutaciones que se están dando y que se darán pero en general son optimistas en cuanto al desarrollo futuro del mercado y del lenguaje de la televisión.

Como dijeron varios de los entrevistados y tomando las palabras de Ruano, las nuevas plataformas “permiten a la audiencia una mayor participación y un uso a la carta” (2009. P. 4). A pesar de esta afirmación, la metáfora puede ser confusa, ya que por ejemplo uno de los entrevistados sostuvo lo contrario, que el uso “a la carta” es el que se realiza a partir de las lógicas antiguas de la TV, es decir eligiendo dentro de una programación determinada (la “carta”), mientras que las nuevas plataformas permiten la libre elección dentro de un universo mucho más amplio. “Es como cuando te preguntan... o ponele te dan una carta de comidas y vos elegís qué es lo que querés comer dentro de lo que está en esa carta. Ese sería el caso de la televisión que te dan una oferta de programas y vos elegís. En cambio, en el caso de la compu te preguntan ¿Qué querés comer? Y a mí cuando me preguntan qué querés comer no se qué responder, no se me ocurre nada, en cambio si me dan la lista de opciones digo “quiero tal cosa”, así que como cosas buenas de la tv digo la oferta, el

hecho de que tenga una programación clara y organizada (Lucas NSE C3)". De todas maneras, sí reconocen la mayoría de los entrevistados una "mayor libertad" en las prácticas de la televisión por Internet, lo que pasa es que algunos prefieren esa libertad e independencia y otros no.

"Internet se configura como la nueva ventana de consumo de televisión, pero ahora con una novedad: el usuario es dueño de su propia programación y construye su propio prime time u horario prioritario" (Ruano. 2009. P. 6). Esto es lo que sostienen varios de los entrevistados. Gonzalo, es uno de los representantes de esta postura: "No dependo de nadie más que de mí, y eso es lo que me gusta, quiero depender de mí, no de otro. No quiero que me digan cómo mirar algo, quiero elegir yo cómo mirar cada cosa" (NSE AB). Nicole (NSE D2), que no consume televisión online, reconoce esta chance de "construcción del producto" que te brinda Internet, pero decide dejarla de lado. "Yo soy así como muy cuadradita en el transcurso de mi vida, entonces me gusta lo de tener una rutina armada, y la tele tiene una programación armada, entonces ya se más o menos como va a ser mi día."

Espacios televisivos

Un concepto que no se había tenido en cuenta y que surgió en el intercambio con los entrevistados es que para desarrollar la práctica de consumir televisión por Internet de manera óptima es necesario un espacio físico distinto al que se utiliza comúnmente a la hora de ver el televisor. La televisión por internet implica estar más aislado, es un espacio más individual, y propio de cada consumidor particular, mientras que a la hora de mirar televisión por el televisor nos encontramos frente a un espacio mucho más grupal.

Esto sostiene Nicole (NSE D2): "Ponele con una notebook te tiras en la cama en tu cuarto y es como que es una práctica más armada, que tiene más forma, tiene su lugar, su individualidad, la computadora es como que es ella y vos, y nada más, y eso entra perfecto en el caso de las notebooks. En cambio una pc de escritorio como que no me llama para ver tele, porque tendría que estar sentada en una silla, todos mirándome qué es lo que veo, o compartiendo los ruidos de la tele que está en el comedor, para eso prefiero estar acostada en el sillón viendo la tele sea lo que sea. Quizás por eso sea que no miro tele por

internet.” Santiago (NSE D1) agrega: “Lo que es más incómodo de mirar por la computadora, es el lugar donde está puesta la computadora, porque no existe el lugar de “mirar la computadora desde el sillón” sino que se ve desde una silla”. Esto también lo destacan consumidores de televisión online, como Gonzalo (NSE AB), que dice “la televisión como bueno tiene eso, le da al consumidor una empatía con el resto de los consumidores que no te da la pc que cuando miras estas ahí solito tirado en la cama.” Y agrega “Yo podía ver los partidos por mi computadora si quería, pero creo que va más allá, es como que va a una lógica de cómo mirar, si yo lo miraba en mi computadora tirado en la cama era como si fuera un apartado social casi”. Otra cosa que destacan tanto consumidores de televisión online como consumidores de televisión regular es la comodidad del espacio físico típico del televisor. La mayoría lo reconoce como un espacio mejor organizado y más cómodo que el de la televisión online. Esa razón incluso fue esgrimida por dos entrevistados como “la culpable” de que no miraran televisión online.

Esta es una de las causas por las que se sostiene que lo que va a perdurar más de la televisión es el lenguaje del vivo, especialmente de los grandes eventos, ya que implican prácticas sociales diferentes a las del grabado y que necesitan más de ese espacio físico televisivo de una pantalla grande, un sillón cómodo, etc. “Lo que es vía streaming es difícil verlo online, se te cuelga bocha, así que las cosas en vivo las tengo que ver por el televisor.” (Thiago NSE C2). “Partidos de fútbol al televisor sí o sí. Por cuestión de imagen, de espacio, de costumbre también” (Ignacio NSE C1)

Diferencias entre el consumo online y el del televisor

Una de las premisas de Rubin (1996) dice que la conducta mediática está relacionada con la selección y uso de los medios y se encuentra gobernada por metas, motivos e intenciones de los consumidores. En los consumidores de tv normal parece que en general no hay un objetivo claro a la hora de ver televisión, sino que ven lo que encuentran. “En general no prendo la televisión con ningún objetivo claro, puedo prender y terminar viendo una película, una serie, un noticiero.” (Lucas NSE C3). “entonces prendo la tele y si encuentro miro eso que me interesa” (Nicole NSE D2). En cambio, en los consumidores

de tv online esto no es tan así, sino que ya tienen en la cabeza qué es lo que van a consumir. Ignacio (NSE C1) por ejemplo, hace un consumo mucho más “organizado”. Él sostiene que “me bajo los torrents de las series de internet que quiero ver”, y agrega “Es como que se me fue lo de hacer zapping a ver qué encuentro, eso ya no lo hago más. Pongo “quiero ver tal cosa” y ya está.” Estas dos situaciones son distintas maneras de “conductas mediáticas” que como dijo Rubin se encuentran gobernadas por motivos y metas de los consumidores que pueden ser totalmente distintas unas de otras. Según lo que se observó en las entrevistas, el consumo “sin objetivos planeados” pareciera ser más típico de los jóvenes de niveles medios y bajos, mientras que el consumo más organizado suele ser característico de los jóvenes con mayores posibilidades económicas.

Las diferencias en los dispositivos

Otra de las premisas de Rubin es que hay un elenco de factores sociales y psicológicos que guían o filtran la conducta mediática. Esto es bastante similar a lo que se planteaba en la hipótesis de nuestra investigación, que planteaba que dependiendo de factores sociales y económicos se iban a hacer distintos consumos mediáticos.

Aunque no hay una regla directa que nos permita comprobar esto, sí observamos a partir de las entrevistas que mientras que los entrevistados de los niveles socioeconómicos entre medios y bajos (E, D2, D1 y C3) tienden a tener un consumo mayormente de televisión por el televisor, los entrevistados de los niveles más altos (C2, C1 y AB) se orientan más a preferir prácticas de televisión online.

Hay una diferencia clave a la hora de sostener que los jóvenes de niveles bajos y medios ven la televisión de una manera y los de los niveles más altos de otra. Esta “diferencia clave” no está en el contenido, ni en los usos, ni en los lenguajes, que ya vimos que son independientes a los niveles socioeconómicos, sino que está especialmente en la utilización de los dispositivos. Esta diferencia en principio no se debe al acceso ya que están todos (los entrevistados) en situaciones similares. Esta observación no tiene una única respuesta al por qué sucede esto, pero tiende a suponerse que son

sus prácticas sociales diarias, su entorno, sus gustos (que a veces también están signados por lo social), sus hábitos, etc. lo que orienta a una persona u otra a preferir una u otra manera de ver televisión.

Cómo ya se dijo, el Ministerio de Cultura de la Nación realizó en el año 2013 su última encuesta de Consumos Culturales publicada hasta la fecha. En nuestro caso solo pudimos acceder a una base de datos reducida y no a la base completa a la que apuntábamos sobre jóvenes de entre 18 y 25 años, por lo que sostener que esta es concluyente sería un doble error. De todas maneras, consideramos interesante volver a recordar algunos datos, que nuevamente resaltamos, hay que tomar con precaución.

El 92% de los encuestados de entre 18 y 29 años sostuvo que mira televisión todas las semanas. Por otra parte, en cuanto al nivel socioeconómico, el 93% de las personas de los estratos más altos mira todas las semanas, mientras que en los niveles más bajos ese porcentaje asciende al 96%.

En cuanto a los usos, el 41,5% de los encuestados destacó que su principal consumo televisivo se da a partir de noticieros, y el 30,5% dijo que es a partir de novelas y series. Estos dos grandes grupos coinciden con lo encontrado en las entrevistas aunque en un orden invertido, ya que los entrevistados resaltaron el ocio por sobre el papel informativo de la televisión.

Por otra parte, respecto de los dispositivos, solo el 8,5% sostuvo que mira “de vez en cuando” tv online, el 2,5% “casi nunca” y el 89% nunca. En nuestra muestra se observa algo diferente pero debemos tener en cuenta que es un estudio cualitativo y que no es representativo de una población mayor. Lo que sí coincide es el perfil de los que miran “de vez en cuando” y “casi nunca” tv online. En todos los niveles socioeconómicos la mayoría de los encuestados suele usar la computadora para ver televisión con una frecuencia muy esporádica. De todas maneras, entre las clases sociales más altas, la frecuencia “de vez en cuando” se impone sobre las demás, lo que demuestra que el modo “online” para ver televisión se asocia a los sectores más altos de la sociedad. Mientras que en estos niveles el porcentaje de los que miran “frecuentemente” o “algunas veces” alcanza aproximadamente más del 11%, en los sectores más bajos ese porcentaje llega sólo al 4%.

Como ya se sostuvo, estos datos son obtenidos de una base reducida, por lo que podrían no ser tan certeros, pero algunos llaman la atención.

Para acercarnos al final de la investigación, consideramos que un aspecto interesante para destacar es la visión que tienen los entrevistados sobre la situación actual y sobre un futuro a corto plazo. Mayormente tienen dudas sobre lo que pasa ahora y sobre lo que va a pasar.

Reconocen los cambios que están sucediendo en el medio televisivo pero no tienen certezas de que afecten a todos por igual. “yo creo que los jóvenes estamos más o menos en la misma todos, hacemos como una mezcla, porque nos criamos con la tele y ahora descubrimos lo que es online, entonces usamos las dos. (Thiago NSE C2)”; “Conozco casos como yo y casos que se la pasan viendo en internet. Creo que toda nuestra generación podría ver por internet, estamos capacitados porque desde chicos estamos con computadoras y cosas así, pero algunos preferimos lo tradicional y otros se pasan a la computadora, no creo que haya algún por qué establecido” (Uciel NSE D2). “Creo que está cambiando como para el lado de masificar más lo online, por lo menos en gente de nuestra edad.” (Arthur NSE C1) “Hay de todo creo yo, no se si podría generalizar. Yo tengo amigas que miran solo por el televisor, otras que ni lo tocan y están viendo cosas en la compu siempre y otras que directamente no ven nada” (Wanda NSE C3).

En cuanto al futuro, a pesar de que se habla de un futuro cercano, se supone que las generaciones posteriores van a orientarse más a lo online, pero eso no implica que las generaciones actuales, tanto de jóvenes como de adultos cambien de prácticas. “Quizás los que ahora son chiquitos que ya empiezan a ver la tele por la computadora tipo los dibujitos por youtube cuando crezcan ni miren el televisor.” (Thiago NSE C2). “La mayoría de la gente que usa la tv no va a pasarse a la computadora, ponele la gente más grande, asique en 5 años no creo que cambie nada, solo que los que vayan creciendo van a usar más la computadora, asique quizás sí se vaya reduciendo la cantidad de gente que ve televisión” (Santiago NSE D1).

Según los entrevistados van a haber cambios pero no afectarán al consumo de ellos sino que es algo que será posterior. Todas estas suposiciones son difíciles de comprobar. Será mejor esperar y observar de qué manera avanza el medio y cómo se comportarán en unos años los consumidores de televisión.



Universidad de
San Andrés

CONCLUSIONES:

Hemos observado y analizado los distintos comportamientos televisivos de jóvenes de entre 18 y 25 años de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires.

Primero es necesario resaltar que la mayoría de los entrevistados reconocen como “televisión” a la mayoría de los productos audiovisuales que consumen habitualmente. No sólo los programas de tv regular sino también series o programas de youtube son categorizados por los entrevistados como “televisión”.

Por otro lado, lo que observamos en este estudio cualitativo no extrapolable ni representativo es que las prácticas televisivas relacionadas a los usos y gratificaciones parecerían ser uniformes para todos los estratos sociales, ya que no se observaron diferencias en ese caso. En cuanto a las mediaciones, recordemos que Barbero las define como “las densas pero secretas conexiones de los procesos de comunicación con las dinámicas culturales y con los movimientos sociales” (2008. P.22), podemos sostener que sí difieren según los niveles socioeconómicos, ya que hemos observado que las diferentes dinámicas culturales presentadas por los entrevistados de un nivel u otro conllevan distinto tipo de conexiones con los procesos televisivos.

En cuanto a nuestra hipótesis que planteaba que “a mayor nivel socioeconómico de la persona, se tiende a mirar televisión en otros dispositivos que no sean el televisor” parecería verse confirmada según los testimonios de los entrevistados. Cinco de los seis entrevistados de los tres niveles más bajos y el nivel medio (E, D2, D1 y C3) destacaron que suelen y que prefieren consumir productos televisivos a través del televisor. De manera opuesta, cinco de los seis entrevistados de los tres niveles socioeconómicos más altos (AB, C1 y C2), afirmaron que, en menor o en mayor medida (según el caso) sus prácticas televisivas pasan principalmente por dispositivos ajenos al televisor, ya sea el caso de celulares o Internet. Y en este segundo ejemplo aparecen como destacables la importancia tanto de Youtube, como de Netflix o de las descargas de programas televisivos, y en menor medida la utilización de páginas oficiales de contenidos, o de plataformas como FWTV.

Cuando se planteó la investigación se buscó que los entrevistados tuvieran acceso tanto a televisión por cable como a Internet desde sus casas, para que la cuestión del acceso no influyera a la hora de orientarse a un tipo de consumo u otro. Lo que no se tuvo en cuenta fue el acceso que los entrevistados podían llegar a tener, o no, al espacio físico necesario para desarrollar cada práctica televisiva. Se dijo que el consumo de televisión online implica la necesidad de un espacio físico más individual, sumada a la necesidad de utilizar una notebook para poder desarrollar con comodidad el típico consumo de televisión online. Para aclarar, una cosa es tener acceso a Internet y otra muy distinta es tener acceso a la posibilidad de lograr un espacio óptimo para la práctica de la televisión online. Este tipo de acceso podría llegar a ser un punto interesante para tener en cuenta en futuras investigaciones, ya que hemos observado que es un acceso separado al acceso común a Internet.



BIBLIOGRAFÍA

Barbero, J. M. (1986). La telenovela en Colombia: Televisión, melodrama y vida cotidiana. *Bogotá: Diálogos*.

Barbero, J. M. (1987). De los medios a las mediaciones. *Comunicación, cultura y hegemonía*, 2, 283.

Barbero, J. M. (2000). Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público. Una pregunta desde la sociedad civil. *Memorias del V Encuentro iberoamericano del tercer sector, Bogotá*.

Barnett, L. A., & Allen, M. P. (2000, March). Social class, cultural repertoires, and popular culture: The case of film. In *Sociological Forum* (Vol. 15, No. 1, pp. 145-163). Kluwer Academic Publishers-Plenum Publishers.

Bonilla, J. I., Cataño, M., Rincón, O., & Zuluaga, J. (2012). De las audiencias contemplativas a los productores conectados: Mapa de los estudios y de las tendencias de los ciudadanos mediáticos. Prólogo/entrevista a Jesús Martín Barbero.

Braun, J. (2013). Going Over the Top: Online Television Distribution as Sociotechnical System. *Communication, Culture & Critique*, 6(3), 432-458.

Carlón, M. (2008). "Sobre el fin de la televisión", en Artes y medios audiovisuales: un estado de situación II. Las prácticas mediáticas pre-digitales y post-analógicas (ed. Jorge La Ferla). Buenos Aires: Catálogo de las jornadas MEACVAD.

Carlón, M. (2009). ¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era. En Carlón, M. y Scolari, C., El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate (pp. 183-210). Buenos Aires: La Crujía.

Cha, J. (2013). Do online video platforms cannibalize television? How viewers are moving from old screens to new ones. *Journal of Advertising Research*, 53(1), 71-82.

Dobos, J. (1992). Gratification models of satisfaction and choice of communication channels in organizations. *Communication Research*, 19(1), 29-51.

Eco, U. (1986). TV: la transparencia perdida. *La estrategia de la ilusión*, 200-223.

Fechine, Y. (2009). Elogio de la programación: repensando la televisión que no desapareció. En Carlón, M. y Scolari, C., El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate (pp. 211-228). Buenos Aires: La Crujía.

- Fernández, P. E. (2014). La audiencia social desde la televisión argentina. Tecnología y optimización de las redes sociales. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, (9), 377.
- Focás, B. (2014). Del funcionalismo al consumo multitasking. Límites y potencialidades de los estudios de recepción. *Astrolabio*, (12).
- Gales, K. (1957). Discriminant functions of socio-economic class. *Applied Statistics*, 123-132.
- Galloway, J. J. y Meek, F. L. (1981). Audience uses and gratifications: An expectancy model. *Communication Research*, 8(4), 435-449.
- Geiger, K., & Sokol, R. (1959). Social norms in television-watching. *American journal of sociology*, 174-181.
- Greenberg, B. S. (1974). Gratifications of television viewing and their correlates for British children. *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*, 3, 71-92.
- Igartúa Perosanz, J. J., & Humanes, M. L. (2004). La perspectiva de los usos y gratificaciones. En *Teoría e investigación en comunicación social* (313-332). Madrid: Síntesis.
- Igartúa Perosanz, J. J. (2008). La infancia construida: efectos prosociales y antisociales de los contenidos televisivos¹. *Doxa Comunicación: revista interdisciplinaria de estudios de comunicación y ciencias sociales*, (6), 179-206.
- Jenkins, H (2014). Transmedia 202: Reflexiones adicionales. Recuperado el 6 de Octubre de 2014 de: <http://henryjenkins.org/2014/09/transmedia-202-reflexiones-adicionales.html>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public opinion quarterly*, 509-523.
- Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the use of the mass media for important things. *American sociological review*, 164-181.
- Lafrance, J. P. (2007). La televisión y su público: Un contrato en proceso de renegociación permanente. *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, (39), 14-25.
- LaRose, R., Mastro, D., & Eastin, M. S. (2001). Understanding Internet usage a social-cognitive approach to uses and gratifications. *Social Science Computer Review*, 19(4), 395-413.
- LaRose, R., & Eastin, M. S. (2004). A social cognitive theory of Internet uses and gratifications: Toward a new model of media attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 358-377.

- McBride, A. (1998). Television, individualism, and social capital. *PS: Political Science & Politics*, 31(03), 542-552.
- McQuail, D., Blumler, J. G., & Brown, J. R. (1972). The television audience: A revised perspective. In *Sociology of mass communications*, ed. D. McQuail. Harmondsworth, Penguin.
- Miller, T. (2012) El ahora y el futuro de la televisión, en Orozco, G. (coord.) TVMORFOSIS, La televisión abierta hacia la sociedad de redes. Tintable U de G, México.
- Miranda Cáceres, R. (2003). Nuevos modelos de producción audiovisual. *Revista Latina de comunicación social*, (53), 4.
- Missika, Jean Louis (2007). La fine della televisione. Milán: Lupetti (ed. orig.: La fin de la Télévision, París: Editions du seuil, 2006)
- Morduchowicz, R. (2008). Los jóvenes y las pantallas. *Nuevas formas de sociabilidad. Barcelona, Gedisa.*
- Navarro-Abal, Y., & Rodríguez, J. A. C. (2014). El efecto socializador del medio televisivo en jóvenes. Influencia de las conductas de gestión del conflicto mostradas por personajes de series de ficción. *Área Abierta*, 14(1), 25-42.
- Nunes, R. (2008). TV online-TV biunívoca: modos de ver e interpretar. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 16(31).
- Orozco Gómez, G. (2009). TV: causa y efecto de sí misma. En Carlón, M. y Scolari, C., *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (pp. 229-244). Buenos Aires: La Crujía.
- Orozco Gómez, G. (2012). Televisión y producción de interacciones comunicativas. *Comunicación y sociedad*, (18), 39-54.
- Payne, M. A. (1991). Television viewing habits of barbadian adolescents: A preliminary study. *Social and Economic Studies*, 91-114.
- Prensky, M. (2001). Nativos digitales, inmigrantes digitales. *On the horizon*, 9(5).
- Riley, J. W., Cantwell, F. V., & Ruttiger, K. F. (1949). Some observations on the social effects of television. *Public Opinion Quarterly*, 13(2), 223-234.
- Rosenblatt, P. C., & Cunningham, M. R. (1976). Television watching and family tensions. *Journal of Marriage and the Family*, 105-111.
- Ruano, S. (2009). Internet y la telefonía móvil nuevos soportes para distribuir contenidos audiovisuales. *Razón y Palabra*, 14(68).

Rubin, A. M. (1984). Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of communication*, 34(3), 67-77.

Rubin, A. M. (1996). Usos y efectos de los media: una perspectiva uso-gratificación. In *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías* (pp. 555-582). Paidós Ibérica.

Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass communication & society*, 3(1), 3-37.

Sala, X. B., Chalezquer, C. S., & Artopoulos, A. (2014). La generación interactiva en Argentina: niños y adolescentes ante las pantallas. *education policy analysis archives*, 22, 49.

Sanagustín, E. (2006) Internet, otro canal para los telespectadores.

Recuperado el 6 de Octubre de 2014 de:

http://www.zemos98.org/festivales/zemos988/pack/internetcanalespectador_latelevisionnolofilma.pdf

Scolari, C. (2009). This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión. En Carlón, M. y Scolari, C., *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (pp. 245-263). Buenos Aires: La Crujía.

Scolari, C. (2013). Evolución de los medios: las relaciones peligrosas.

Recuperado el 6 de Octubre de 2014 de:

<http://hipermediaciones.com/2013/04/16/evolucion-de-los-medios-las-relaciones-peligrosas/>

Scolari, C. (2013). Entrevista a Mario Carlón: televisión, directo y metatelevisión. Recuperado el 6 de Octubre de 2014 de:

<http://hipermediaciones.com/2013/04/16/entrevista-a-mario-carlon-television-directo-y-metatelevision/>

Scolari, C. (2013). La TV después del broadcasting: hipertelevisión, redes y nuevas audiencias. Recuperado el 6 de Octubre de 2014 de:

<http://hipermediaciones.com/2013/06/15/la-tv-despues-del-broadcasting-hipertelevision-redes-y-nuevas-audiencias/>

Sinca (2013) Encuesta Nacional de Consumos Culturales.

Varela, M. (2009). Él miraba televisión, you tube. La dinámica del cambio en los medios. En Carlón, M. y Scolari, C., *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (pp. 265-284). Buenos Aires: La Crujía.

Verón, E. (2009). El fin de la historia de un mueble. En Carlón, M. y Scolari, C., *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (pp. 285-303). Buenos Aires: La Crujía.

White, R. C. (1955). Social class differences in the uses of leisure. *American Journal of Sociology*, 145-150.



Universidad de
San Andrés

ANEXO- ENTREVISTAS DESGRABADAS

ENTREVISTA N° 1: Santiago 25 años, Caseros (NSE D1)

TELEVISIÓN

1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?
¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

Eemmmm... Una forma de entretenimiento, una forma de ocio para las personas que la consumen porque es una parte de sus rutinas, duerme, trabaja, come y cuando tiene tiempo libre mira televisión entre otras cosas.

2) ¿Mira televisión?

Sí, bastante, todos los días.

3) ¿Qué mira en televisión?

Películas y deporte

4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

Más que nada a la tarde cuando vuelvo de trabajar.

5) ¿Por qué mira televisión?

Porque es una forma de ocio que está muy al alcance nuestro, accesible y lo puedes hacer en cualquier momento del día.

6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

En primer lugar el ocio, el despejarme cuando lo necesite. Pero a veces pueden ser otras cosas. Por algo lo hacés y por algo mirás lo que mirás

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

Si, leo los diarios y uso redes sociales.

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

Mmmm, cuales serían? ¿On demand? Porque sí uso on demand últimamente, lo que no hago porque no me gusta es mirar por la computadora como hacen muchos

9a) ¿Por qué utiliza? ¿Para qué?

On demand me gusta porque puedo ver lo que quiero en el momento que quiero tal vez, eso es lo que la hace diferente a la televisión regular

9b) ¿En qué momentos?

En los mismos momentos en los que miraría televisión regular, pero a veces cambio y busco en on demand.

9d) ¿Por qué no utilizan? ¿Qué limitaciones le ve?

Lo que es más incomodo de mirar por la computadora, es tanto el lugar donde está puesta la computadora, porque no existe el lugar de “mirar la computadora desde el sillón” sino que se ve desde una silla, como también que la pantalla es más chica, es más incómoda de manejar, dependés de la conexión a internet, etc

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Pros de ver televisión: lo puedo ver tirado en mi cama o desde el sillón, más cómodo y contras no se, puede ser las publicidades que no me gustan.

Pro de ver por computadora: podés elegir qué mirar y en qué momento, obviamente más que en la tv e incluso más que con ON Demand y las contras tardo más en buscarlo, estoy más incómodo, la pantalla es más chica.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

Porque desde chiquito lo tuve, miraba los dibujitos así, que se yo. Ahora llegó esta nueva manera de ver televisión pero yo ya estoy acostumbrado a la otra y no quiero cambiar, no le vi los beneficios necesarios para cambiar

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

En la compu puedo ver videos de los diarios o videos graciosos que no voy a encontrar en la tele, o recitales de música que me gusten que tampoco voy a encontrar en la tele en una programación regular, pero si lo tuviera en la tele sin dudas que lo miraría en la tele

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

Mmm , me parece que ven más por internet, porque deben tener mejores computadoras en sus cuartos, deben estar más cómodos y seguramente tienen otros intereses, por ejemplo eso de ver las series que está de moda que a mí no me interesa pero para ellos debe ser la mejor forma de mirarlas

FUTURO

14) ¿Cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

No se, porque la gente que ahora usa la computadora va a seguir usando la computadora, y la mayoría de la gente que usa la tv no va a pasarse a la computadora, ponele la gente más grande, asique en 5 años no creo que cambie nada, solo que los que vayan creciendo van a usar más la computadora, asique quizás sí se vaya reduciendo la cantidad de gente que ve televisión, pero en 5 años no creo que haya cambios importantes, tal vez la televisión implemente cosas nuevas para no perder terreno

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

Mmm no, por ahora estoy cómodo con el televisor, no pienso cambiarme de bando jaja

ENTREVISTA N° 2: Lucas, 22 años, Barracas (NSE C3)

TELEVISIÓN

- 1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

Bueno, televisión en primer lugar lo veo como un medio, un medio de comunicación que está destinado a que el consumidor disfrute un tiempo libre aunque también una concepción quizás más antigua también es que además es un medio informativo. En general mucha gente como que le cree a la televisión. El concepto de televisión me remite a lo audiovisual, a una imagen con sonido que en general se mira por el televisor, aunque día a día está se está ampliando la posibilidad de verla de otras maneras.

- 2) ¿Mira televisión?

Sí, todos los días

- 3) ¿Qué mira en televisión?

Bueno, veo bastantes deportes, noticieros, veo alguna novela si me interesa y nada más creo, bah lo que encuentre

- 4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

No creo que tenga un momento del día en especial, si estoy en mi casa y tengo tiempo libre lo que hago es buscar que hay en la tv y mirar, si cuando miro la novela o algún partido tengo como pactado a qué hora, pero sino en cualquier momento que tenga tiempo libre

- 5) ¿Por qué mira televisión?

Bueno, no se, para mí es una de las formas de entretenimiento que prefiero, es lo que me hace pasar el tiempo libre en mi casa de la mejor manera

- 6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

No se, despejarme supongo, no se si es una necesidad, o quizá sea el entretenimiento, el ocio, pero no se si es por una necesidad, creo que lo hago más por placer que por cumplir con una necesidad

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

Sí yo uso, más que nada para redes sociales, pero le doy menos uso que a la tv, también la uso para estudiar o buscar algunas cosas tipo direcciones, etc

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

Lo que yo no tengo como hábito es buscar algo en particular en la computadora para ver algo. Sí lo que me sucede es que quizás a veces estoy leyendo noticias o en redes sociales y me aparecen links o de videos o de fragmentos o producciones televisivas que realizan los mismos portales web y eso quizás sí lo miro, pero ahora que hablo mientras pienso creo que lo que miro de televisión online sigue la misma lógica de lo que miro por el televisor, que sería “veo que hay” no es que busco algo, sino que veo que hay y si me interesa lo miro

9a) ¿Por qué utiliza? ¿Para qué?

Creo que porque la encuentro de casualidad, no tiene un para qué.

9b) ¿En qué momentos?

En ninguno en especial, cuando estoy usando la pc.

9c) El uso de computadoras ¿Provocó algún cambio respecto a su manera de mirar televisión? ¿Cuáles? ¿Y qué repercusiones tuvieron estos cambios?

Mmm no, no hubo cambios porque la cantidad de televisión online que miro es mínima, yo sigo mirando la televisión por el televisor.

9d) ¿Por qué no utilizan? ¿Qué limitaciones le ve?

Emmm no se si son limitaciones, el tema es que en mi lógica de ver tv no está lo de decir “uy tengo ganas de ver esto” y buscarlo, mi lógica es prender y ver que hay y en base a la oferta que haya yo elijo. En general no prendo la televisión con ningún objetivo claro, puedo prender y terminar viendo una

película, una serie, un noticiero. Igual hay veces que sí, ponele en el caso de la novela o de algún partido que prendo especialmente.

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Es como cuando te preguntan... o ponele te dan una carta de comidas y vos elegís que sería el caso de la televisión que te dan una oferta de programas y vos elegís, y en el caso de la compu te preguntan ¿Qué querés comer? Y a mí cuando me preguntan qué querés comer no se qué responder, no se me ocurre nada, en cambio si me dan la lista de opciones digo quiero tal cosa, así que como cosas buenas de la tv digo la oferta, el hecho de que tenga una programación clara

A la computadora como contras el tamaño de la pantalla, el buscar específicamente que es lo que querés, que se yo. Además como tengo el hábito de la televisión no lo voy a cambiar. Ponele en el caso de la novela, si yo me pierdo un capítulo tranquilamente podría mirarlo online, pero no se me ocurre, no se me ocurre buscarlo, prefiero perdermelo, no estoy metido en esa lógica.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

Nada, es como que no cambié nunca, quizás al principio no tenía computadoras como para ver por internet o cuando surgió la tv online acá se trababan las computadoras y nunca me metí, ahora podría hacerlo pero ya estoy afuera. Cuando nací no existía la tv por internet asique mire siempre por la tv

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Mmm, yo soy fanático del televisor, si todo estuviera disponible en el televisor lo miraría en el televisor. Lo que miro online son cosas que encuentro de casualidad. No voy a cambiar porque es mi lógica

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

Sí, hay así conocidos que miran online, más que nada series, pero yo creo que igual la tv como que la siguen mirando bastante, o por lo menos creo que es así.

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

¿Cuáles serán las nuevas tecnologías en 5 años? jaja. Ya ahora la tv está bastante en contacto con lógicas y formatos que incluyen nuevas tecnologías así que supongo que será lo mismo, tendrán en cuenta las tecnologías que haya en 5 años y las meterán en los programas pero no creo que cambie demasiado.

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

Yo soy hinchada del televisor jaja. Cuando me dicen que miran series por internet como que no me cabe, nunca lo hice y no entiendo esa lógica así que voy a seguir en la mía.

ENTREVISTA N° 3: Gonzalo 18 años, Recoleta (NSE AB)

TELEVISIÓN

1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

Algo cuadrado, una pantalla, sería como lo primero que me viene a la mente, pienso en la pantalla del televisor. En cuanto al concepto sería qué es para mí televisión. Televisión yo creo que es un lenguaje, una manera de comunicar, una forma de entretenimiento, una manera de pasar el tiempo, una manera de informarse.

2) ¿Mira televisión?

Poco, ya prácticamente no, o mejor dicho miro pero a través de la computadora. El televisor ya prácticamente no lo uso más

3) ¿Qué mira en televisión?

Por el televisor solamente algún evento en especial, no se el año pasado fue el mundial entonces nos juntábamos a ver el partido.

Miro televisión pero lo que sería el “lenguaje de la televisión”. Lo que sería series por internet, miro videos, Capusotto, el de duro de domar que ahora se me fue el nombre, ese que hace los videítos. Son cosas de tv pero que yo miro por internet. Especialmente eso, y después cosas informativas pero por la computadora, tipo videos de Clarín.com o de OléTV.

4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

El hecho de que mire por la pc me facilita que pueda mirar cuando yo quiera. Voy a la facultad y en el recreo puedo mirar algo, en el almuerzo puedo mirar algo y hasta si la clase es muy aburrida puedo safarla así también jaja. Es como que donde esté puedo mirar, eso es lo que está bueno que no podía hacer cuando miraba por el televisor que tenía que esperar a llegar a mi casa y sentarme

5) ¿Por qué mira televisión?

Televisión, porque yo creo que aunque no use el televisor miro televisión, miro porque me divierte, es una manera de disfrutar tiempo libre, así como cuando a veces salgo con amigos, o con mi novia, en otros momentos de mi tiempo libre miro televisión. Disfruto de mirar series, también me engancho con los videítos, pero miro por eso, porque es una manera de disfrutar mi tiempo libre

6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

No se si necesidades. Necesidades me parece un concepto muy fuerte para hablar de la tv. Me produce placer, me divierte, me saca el aburrimiento, que no se si son necesidades jajaj

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

Si, uso computadora prácticamente todo el tiempo, es mi manera de estar en contacto. Lo uso para redes sociales, para leer diario, para mandar mails, para mirar tv, para chatear, para cosas de estudio, para lo que sea. La uso y mucho. Es el medio que más uso. Para escuchar la radio también.

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

Si bueno, es esto, es youtube para ver el tipo de videos onda Capusotto o cualca o el de duro de domar que sigue sin venirme el nombre... Préstico, ese, o bueno de ese estilo y después para mirar series bueno alguna web de series que esté disponible.

9a) ¿Por qué utiliza? ¿Para qué?

Porque me simplifica todo, me simplifica ese gusto o ese deseo que yo tengo. Si tuviera que ver una serie por el televisor tendría que esperar a un día y una hora en especial, con Capusotto o Préstico pasa lo mismo y además es solo un ratito. En cambio voy a youtube y veo todo junto. No dependo de nadie más que de mí, y eso es lo que me gusta, quiero depender de mí, no de otro. No quiero que me digan cómo mirar algo, quiero elegir yo como mirar cada cosa

9b) ¿En qué momentos?

Todos los momentos, la pc la tenés con vos todo el tiempo, en cualquier ratito que tenés podés mirar

9c) El uso de computadoras ¿Provocó algún cambio respecto a su manera de mirar televisión? ¿Cuáles? ¿Y qué repercusiones tuvieron estos cambios?

Bueno sí, desde chico hasta que tuve mi primer computadora sí, miraba por el televisor, los dibujitos, no se qué se miraba en ese momento jaja no me acuerdo. Miraba justamente lo que me establecía cierta programación. Yo elegía pero en base a cierta oferta puntual. En cambio ahora ya no, ahora digo quiero ver tal cosa y miro, y miro cuando quiero, puedo parar y volver. Es como

que ahora siento que manejo yo la situación, no me la maneja otro que sería el sistema televisivo ese otro

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

La pc te da esto, la independencia, el elegir, también el hecho que está todo, quizás algo que ni pasan por la tv pero la buscas en internet y está. Eso, la independencia y la disponibilidad de esas cosas. El televisor lo que tiene de bueno son dos cosas. Una son tipo los eventos así grandes como el mundial. Yo podía ver los partidos por mi computadora si quería, pero creo que va más allá, es como que va a una lógica de cómo mirar, lo mirábamos todos juntos, alentábamos todos juntos, si yo lo miraba en mi computadora tirado en la cama era como si fuera un apartado social casi, asique la televisión como bueno tiene eso, le da al consumidor una empatía con el resto de los consumidores que no te da la pc que cuando mirás estas ahí solito tirado en la cama. El obstáculo de la televisión es que quizás como ya dije no está todo, dependés de la programación, y la pc también tiene obstáculos como las conexiones o cosas técnicas.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

Bueno, cuando tuve la primer pc mía empecé de a poco, empecé a darme cuenta que me gustaba esa manera de mirar, que no quería depender de nadie, quería elegir yo, no quería más hacer zapping, estaba en la compu y decía "uy quiero ver un recital o un video o lo que sea, una serie" así que fue incorporándose de a poco hasta que ya se volvió una práctica mía y de la que va a ser difícil volver atrás porque ya la tengo bastante incorporada.

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Sí, eso, quizás algunos eventos así importantes los prefiero ver en el televisor, eventos en vivo, partidos, procesos de elecciones que te van diciendo y analizando todo, juegos olímpicos, cosas para las que buscás una reunión con

el otro, un contacto distinto. Todo eso con el televisor, después el resto de lo que sea ocio prefiero verlo en la compu

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

Sí, yo creo que en general, el hecho de la accesibilidad a Internet que está bastante masificada ahora permite que la mayoría de los jóvenes miremos tele de esta manera. Además de la accesibilidad somos una generación bastante independiente que busca la rapidez, cosas que se relacionan más con el hecho de mirar tv por la computadora.

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

Es difícil, qué pasará no se, porque por un lado es como medio imposible pensar que la tv no va a existir porque es un mercado enorme pero por otro cuando vaya avanzando más la tecnología yo creo que la gente podría ir migrando a la computadora. Es como que no encuentro el por qué de alguien se quedaría viendo el televisor si tuviera disponible una pc. Así que no se, son como cosas muy fuertes, como que la gente se va a querer ir pero también el poder de la tv sigue siendo muy grande así que habrá que ver cómo podrá llegar a ser ese choque.

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

No conozco otra, que se yo, quizás así por la calle, porque los celulares están como en una etapa previa pero serían como más instantánea, ir caminando mirando, pero por ahora se complica, aunque seguro va a poder llegar a ser.

Entrevista N° 4: Nicole, 18 años, Villa Lynch (NSE D2)

TELEVISIÓN

1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?
¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

Programa. Es un medio de comunicación en el que se informa y que brinda entretenimiento.

2) ¿Mira televisión?

Sí, bastante

3) ¿Qué mira en televisión?

Noticieros, programas de chimentos, y algunas novelas también. Parezco una vieja ama de casa de 60 años jajaja.

4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

Ahora que ya no voy al colegio miro más, a la mañana cuando me despierto y después durante el día también.

5) ¿Por qué mira televisión?

Porque no estoy haciendo nada y quizás haya algo que me pueda interesar entonces prendo la tele y si encuentro miro eso que me interesa. Como tiempo libre y para informarme. No es que lo prendo específicamente para informarme, prendo y miro qué onda

6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

La necesidad de informarme y de entretenerme. Las dos, porque aunque parezca una vieja miro bastante el noticiero jajaj

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

La compu ya no, cuando era más chica sí, nos peleábamos con mis hermanos para jugar, pero ahora ya no, el celular es como mi computadora, lo que necesito de internet lo miro en el celular, ahora si no tuviera el celular que tengo usaría todo el tiempo la computadora, porque hasta Tumblr que es una de las cosas que más uso lo uso por el celular.

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

No, no me gusta mucho jaja, para mí la tele es la tele y punto.

9d) ¿Por qué no utiliza? ¿Qué limitaciones le ve?

Siento que es una pérdida de tiempo sentarme mucho tiempo delante de la computadora ahí quieta, prefiero hacer otra cosa, no tengo tiempo para destinar a seguir una serie, y verla así cortada no tiene gracia, entonces no entra en mi rutina. En cambio la tele sí, miro 10 minutos del noticiero, media hora de intrusos o así, es como que miro de a ratitos y no hace falta conectar una cosa con la otra.

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Lo que me gusta de la tele es la rutina, yo soy así como muy cuadradita en el transcurso de mi vida, entonces me gusta lo de tener una rutina armada, y la tele tiene una programación armada, entonces ya se más o menos como puede llegar a ser mi día. Me levanto, miro un toque del noticiero, si vuelvo a la tarde tengo los simpsons, a la noche Tinelli o lo que sea que encuentre.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

Nada, nunca cambié por eso, porque gente que conozco mira por internet pero a mí no me gusta, no me resulta cómoda esa manera, así que seguí en la mía que es la que me gusta.

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Lo único que me tienta más mirar en la compu son las películas porque en la tele siempre las agarro empezadas, pero para el resto de las cosas prefiero la tele a full. Yo creo que el consumo también depende del tipo de computadora y del espacio. Ponele con una notebook te tiras en la cama en tu cuarto y es

como que es una práctica más armada, que tiene más forma, tiene su lugar, su individualidad, la computadora es como que es ella y vos, y nada más, y eso entra perfecto en el caso de las notebooks. En cambio una pc de escritorio como que no me llama para ver tele, porque tendría que estar sentada en una silla, todos mirándome qué es lo que veo, o compartiendo los ruidos de la tele que está en el comedor, no se, para eso prefiero estar acostada en el sillón viendo la tele sea lo que sea. Quizás por eso sea que no miro tele por internet.

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

Para mí la rara soy yo jaja, creo que en general miran por internet, si es que miran, porque para mí tampoco miran mucho. Es raro que te digan “estoy mirando la tele”, no se, no me suena jaja, pero si miran me parece que miran más que nada por internet porque está tipo a la moda, o quizás algún programa en especial, tipo no se, Tinelli que lo miran todos, pero eso sí lo miran por la tele, no creo que nadie mire Tinelli por la computadora. Lo que sí hacen es comentarlo por la computadora, como que están en las dos cosas al mismo tiempo. Eso pasa un montón, por eso la mayoría de los Trending topics de twitter ponele son de cosas de la tele, porque están con la tele y la computadora o el celular al mismo tiempo.

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

Yo creo que la tele se va a adaptar a la manera de internet, como que la van a copiar, como on demand ponele pero para todo, porque algo van a tener que hacer.

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

Y quizás si tuviera notebook miraría cosas por internet, pero tampoco estoy segura, porque como ya te dije a mi me gusta el hecho de la programación fija y eso asique creo que me quedaría igual con el televisor.

Entrevista N° 5: Ignacio, 23 años, Belgrano (NSE C1)

TELEVISIÓN

1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?
¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

El aparato, el televisor. La televisión es entretenimiento, o la forma más masiva de entretenimiento.

2) ¿Mira televisión?

Sí, todos los días de mi vida, es parte de mi rutina.

3) ¿Qué mira en televisión?

Cuando me levanto lo primero que pongo es TN y después me pasa el nuevo fenómeno netflix. La programación de la tele la miro poco, pero miro netflix por el televisor, series más que nada porque me parece que la programación de la tele es una mierda, no hay nada.

4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

A la mañana y a la noche porque no estoy en todo el día en mi casa así que durante el día no puedo. A la mañana mientras desayuno miro tn que sería la parte informativa y a la noche es como la parte de entretenimiento.

5) ¿Por qué mira televisión?

Bueno un poco ya te dije, por dos cosas, porque es una manera accesible de informarme y porque es una costumbre mía en cuanto a lo que es el ocio.

6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

Informativa y entretenimiento como te dije antes

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

Sí, para trabajar y para ocio, para todo. Mucho más que la tele porque la compu me acompaña todo el día, la tele no.

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

Sí, bueno netflix a full, y también me bajo los torrents de las series de internet que quiero ver y me los paso a un usb para poder verlos en el televisor porque es más cómodo, tiene la pantalla más grande.

9a) ¿Por qué utiliza? ¿Para qué?

Porque tengo todo el menú y elijo lo que quiero ver. No tengo que esperar a un día y horario en especial, yo elijo mi programación, no tengo que depender de la que la tele maneje mis horarios.

9b) ¿En qué momentos?

En los mismos momentos que te dije antes, a la noche básicamente, porque a la mañana es solo para informarme.

9c) El uso de computadoras ¿Provocó algún cambio respecto a su manera de mirar televisión? ¿Cuáles? ¿Y qué repercusiones tuvieron estos cambios?

Es como que se me fue lo de hacer zapping a ver qué encuentro, eso ya no lo hago más. Pongo "quiero ver tal cosa" y ya está.

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Es que la programación de la tele es una cagada, no hay nada, no hay variedad, entonces la variedad la busco online, eso es lo bueno. Ahora como obstáculo te puedo decir que bueno que a veces se cuelga o cosas así. Internet falla más que el cable entonces es más probable que se te cuelgue netflix a que se te caiga canal 13.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

A mí las series siempre me gustaron así que me compraba los dvd truchos con las temporadas completas, pero me di cuenta que era un boludo, que eran todas contras. Tenía que pagar, la calidad era malísima, tenía que ir a comprarlas. En cambio por internet no me muevo de mi casa, no pago nada, o por lo menos hasta que arranqué con netflix, y la calidad es muchísimo mejor.

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Partidos de fútbol al televisor sí o sí. Por cuestión de imagen, de espacio, de costumbre también, que se yo. Y a la mañana el noticiero también, no me preguntes por qué, solo por costumbre de levantarme y poner tn, después cualquier otra cosa puedo o prefiero verla online.

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

En mi laburo ponele todos los pibes están a full con netflix todo el día, en el almuerzo lo ven por el celular todo el tiempo. Está muy de moda mirar series entre la gente joven.

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

No se qué tipos de programas nuevos van a hacer, porque para mí que ya está todo inventado, pero si las nuevas tecnologías ahora juegan un papel importante en la televisión imagino que en 5 años van a ser mucho más influyente todavía. Yo creo que la tele está en decadencia, en picada, pero también a lo que es online le falta desarrollo, ponele para que no se cuelgue y eso, así que un par de años más va a aguantar seguro la tele.

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

Soy como bastante fan de las novedades tecnológicas así que tengo hasta netflix en el celular para cuando voy viajando por ejemplo. No se algo que no use, no se me ocurre, creo que de lo que hay disponible en general uso todo.

Entrevistada N° 6: Wanda, 19 años, San Martín (NSE C3)

TELEVISIÓN

1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?
¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

Series, noticiero. A mí me suena a algo que sirve para informarse más que nada, y a algo que haces en tiempo libre.

2) ¿Mira televisión?

Poco, la verdad que casi nada

3) ¿Qué mira en televisión?

Series o películas, y mucho los simpsons, digamos que los simpsons son mi principal consumo televisivo, siempre que prendo la tele espero encontrar los simpsons, no importa el capítulo que sea, lo miro igual.

4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

Algunas tardes quizás más que nada.

5) ¿Por qué mira televisión?

Porque estoy aburrida y bueno, a veces se me da por ver qué onda la tele. O en casos especiales que se que paso algo entonces prendo para ver que dicen.

6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

Emmm... creo que sería la de hacer algo cuando estoy muy aburrida, despejarme, eso creo que serían las cosas que me satisface.

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

Si, la uso bastante yo, esto si es mi compañía jaja. La uso para twitter, Facebook, boludeces, compro cosas y miro series también.

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

Si, miro páginas que tengan series ponele y me las voy descargando y las veo cuando puedo.

9a) ¿Por qué utiliza? ¿Para qué?

Y, porque en la tele tenés como que seguirlas más en el caso de las series por lo menos. Un horario en especial, un día en especial, te la perdés un día y ya está, cagaste. Además no tenés propagandas y siempre las ves en el idioma original, cosa que en la tele no sabes, capaz te toca en castellano y te querés morir.

9b) ¿En qué momentos?

No tengo momentos en especial, a veces me agarra la locura un sábado a la noche y en vez de salir hago maratón de alguna serie jajaj, o capaz alguna tarde, alguna noche, no tengo así como “un momento” para mirar tele por la computadora.

9c) El uso de computadoras ¿Provocó algún cambio respecto a su manera de mirar televisión? ¿Cuáles? ¿Y qué repercusiones tuvieron estos cambios?

Quizás el hecho de no preocuparme por perderme algo. No se, cuando era más chica tenía que ver chiquititas o casi ángeles y si no estaba en frente de la televisión me moría, ahora ya ni me preocupo, todo después lo puedo buscar. Los goles de los partidos, la novela o hasta el análisis de alguna noticia.

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

A mí lo que me gusta de la tele online es que puedo elegir que quiero ver y cuando lo quiero ver. Si querés informarte elegís de donde informarte porque en la tele te muestran siempre lo mismo, y para las series es la misma lógica.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

Es que me perdía con la tele, no encontraba nunca lo que quería ver, entonces era más fácil ir y buscarlo directamente en la computadora.

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Lo único que me gusta mirar en la tele y que no voy a cambiar nunca son los simpsons, porque eso si es más incómodo en internet, es como que no vas a buscar un capítulo en especial, mirás el que te pongan y aunque lo agarres empezado te reís igual asique eso lo sigo mirando en la tele.

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

Hay de todo creo yo, no se si podría generalizar. Yo tengo amigas que miran solo por el televisor, otras que ni lo tocan y están viendo cosas en la compu siempre y otras que directamente no ven nada, asique hay de todo, sobre gustos no hay nada escrito jaja.

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

Yo creo que cada vez la tele va a ir cayendo. Me suena a que hace 10 años se veía mucho más y ahora va cayendo. Ponele te digo el caso de lo que miraba yo, gran hermano hacía, 40 puntos de rating, o Tinelli también, y ahora lo que más miran qué es? La novela turca? Y cuanto tiene, 15, 20 puntos creo que leí el otro día. Entonces si cambió así, en 5 años más no se cómo va a funcionar.

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

Mmm, no se me ocurre nada, no, creo que no, así estoy bien jaja.

Entrevista N° 7: Thiago, 24 años, Belgrano (NSE C2)

TELEVISIÓN

1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?
¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

Tinelli. Para mi televisión es un dispositivo cuadrado que pasa programas de distintos géneros de programas jajaj.

2) ¿Mira televisión?

Sí, la verdad que bastante, ahora más que antes.

3) ¿Qué mira en televisión?

Noticieros y canales deportivos es lo que veo en el televisor, y el resto lo hago con netflix, pero voy variando, no es que miro solo netflix o solo el televisor, es como que voy mezclando.

4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

Ahora estoy de vacaciones así que todo el día, pero sino bueno, cuando estoy en mi casa, pero no tengo un momento en especial.

5) ¿Por qué mira televisión?

Soy medio adicto yo, como ya te dije podría estar todo el día. Mucha gente dice no hay nada para ver pero algo siempre encontrás, y si no llego a encontrar tengo la opción de netflix que también la re uso.

6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

Más que nada ocio, cuando estoy solo es mi manera preferida de no hacer nada. Viste que hay gente que se la pasa durmiendo o tiene algún hobby para el tiempo libre? Bueno mi hobby seria mirar la televisión.

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

Si, bastante la uso, escucho música, uso redes sociales, que se yo, boludeo.

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

Netflix y Cuevana podrían ser, pero te repito lo que te dije antes, es como que las uso a veces, o en igual proporción que la televisión regular, no es que no miro nada en la tele y todo en la computadora.

9a) ¿Por qué utiliza? ¿Para qué?

Y porque puedo mirar lo que se me cante, perdón jaja, pero es así.

9b) ¿En qué momentos?

Cuando me pinta, no tengo ni días ni horarios pre establecidos, no se, a veces me agarran ganas y pum, pongo una serie en la compu, o sino otra que no te dije antes es que me cuelgo viendo videos. Onda los 100 mejores goles de Messi, y cosas así. He estado horas y horas, no tengo drama. Esto si es más de noche de fin de semana, cosa que al otro día no tenga nada que hacer.

9c) El uso de computadoras ¿Provocó algún cambio respecto a su manera de mirar televisión? ¿Cuáles? ¿Y qué repercusiones tuvieron estos cambios?

No, no creo que me haya cambiado algo, sino que me agregó una posibilidad nueva, pero sigo mirando como miraba antes de ver cosas online.

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Es que encontrás todo y sin pagar cosas extras. Lo único que pagás es el abono de internet. En cambio el cable si querés películas buenas tenés que pagar el plan de cine, si querés cosas en hd tenés que pagar el plan hd. En internet no, vas a encontrar todo el contenido que quieras gratis.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

Yo uso de todo así que no se, hablando así con compañeros de la facultad y eso me recomendaban series o cosas así y me enganché, y de los videos en youtube bueno, creo que cualquier persona de más o menos nuestra generación usa youtube y buscaba cosas de river o lo que me gustara y listo. Pero el televisor tampoco lo deje de lado porque me crié así, mirando la tele.

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Más que nada los deportes, los partidos. Lo que es vía streaming es difícil verlo online, se te cuelga bocha, así que las cosas en vivo las tengo que ver por el televisor.

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

Y la tele no es que desapareció, se sigue mirando, pero la opción de internet está ahí para todos prácticamente. Así que yo creo que los jóvenes estamos más o menos en la misma todos, hacemos como una mezcla, porque nos criamos con la tele y ahora descubrimos lo que es online, entonces usamos las dos. Quizás los que ahora son chiquitos que ya empiezan a ver la tele por la computadora tipo los dibujitos por youtube cuando crezcan ni miren el televisor. Pero por ahora sí.

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

Creo que vamos como para el lado de la integración entre tele, computadora, celular, cosas así. Lo que pasa es que tecnológicamente no se cuánto más pueden llegar a dar los televisores, y eso puede jugar en contra. Es difícil pensar así en un futuro aunque sea a corto plazo.

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

Quizás me gustaría que se desarrolle un poco más para poder ver por el celular de una mejor manera. Imaginate que si a veces se cuelga por la computadora con el celular es peor. Sería un golazo para ir viajando y viendo cosas, lo que sea, sería cómodo en cuanto a la portabilidad aunque incomodo en cuanto al tamaño y eso.

Entrevista N° 8: Uciel, 23 años, Santos Lugares (NSE D2)

TELEVISIÓN

1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?
¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

Despejarme. Mmm, televisión son imágenes en movimiento.

2) ¿Mira televisión?

Si, obvio, todo el tiempo, es mi manera diaria de despejarme

3) ¿Qué mira en televisión?

Emm, de todo un poco. Miro programas de deportes de todo tipo, me encanta eso sea lo que sea, también noticieros y ahora ponele a la noche veo la novela las mil y una noches porque en mi casa la vemos mientras comemos.

4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

A partir de la tarde-noche cuando llego de laburar y bueno hasta que me voy a dormir. A la mañana me levanto como zombie así que no miro nada, solo puedo cuando vuelvo del trabajo como para despejarme y descansar.

5) ¿Por qué mira televisión?

Creo que por costumbre, por rutina. Es casi como automático llegar del laburo prender la televisión y empezar a ver que hay hasta encontrar algo que me guste.

6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

Cura mi aburrimiento, esa es la necesidad que me cumple. Si llego de laburar y no prendo la tele no se qué haría, me iría a dormir. Es la forma de relax total, no pienso en nada.

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

Sí, no tanto la verdad, pero sí Facebook o quizás algunos programas de diseño pero cuando estoy al pedo.

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

No, yo soy de los que se quedó en el tiempo, nunca me enganché con esas cosas nuevas de bajarse cosas y eso. Una vez intenté y se me complicaba. Había que buscar la serie por un lado, los subtítulos por otro y que se yo, desistí.

9d) ¿Por qué no utilizan? ¿Qué limitaciones le ve?

Como te dije antes, no estoy tanto con la tecnología y después de esa mala experiencia de querer buscar "monk" y no encontrarla la deje de lado. Además también como te dije antes para mí la tele es relax total, hasta a veces no estoy 100% concentrado mirando, entonces no vale la pena buscar algo en especial para ver, sino que veo lo que encuentro.

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Nunca me hice estas preguntas jaja, es que no se, para mí es muy simple, prendés la tele, buscás algo y algo siempre vas a encontrar. Es algo que haces para despejarte, para no preocuparte por nada. Además no es como antes que había 2 canales. Ahora tenés 100 canales para ver. Algo vas a encontrar siempre.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

Yo como que nunca tuve cambios, sería una recta mi manera de consumir televisión, es lo que hice siempre, nunca cambie por una cosa u otra así que no fue una finalidad en especial, es la única manera que conozco.

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Me extraña aña, no, jaja yo soy 100% televisor, no tengo nada contra las cosas online, pero no me quiero complicar la vida. Así como estoy creo que estoy perfecto, y voy a seguir así supongo.

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

Uhh, difícil, no se, conozco casos como yo y casos que se la pasan viendo en internet. Creo que toda nuestra generación podría ver por internet, estamos capacitados porque desde chicos estamos con computadoras y cosas así, pero algunos preferimos lo tradicional y otros se pasan a la computadora, no creo que haya algún por qué establecido, es cuestión de gustos.

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

Va a ir avanzando de una manera u otra, la tele siempre innova. Alguna forma de darle la vuelta van a encontrar

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

Quizás en unos años soy fan de la tv online jaja pero por ahora no, yo así estoy perfecto, con la tele tradicional me conformo.

Entrevista N° 9: Arthur, Vicente López (NSE C1)

TELEVISIÓN

1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?
¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

El bailando. Para mí la televisión es un negocio, es nada más que eso, y el bailando es como “el modelo” de negocio televisivo.

2) ¿Mira televisión?

La verdad que poca, no te voy a decir que no miro nunca pero miro poca.

3) ¿Qué mira en televisión?

Para la parte entretenimiento miro tenis en los canales de deporte y me encantan los documentales onda Nat geo y Discovery channel, soy medio friki para tener 24 años no? Jajaj.

4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

Bueno, casi no miro pero cuando me siento a mirar algo suele ser a la noche que ya estoy tranquilo, sino no tengo tiempo, porque me gusta mirar algo en serio, no dejarlo de fondo y listo, ponele los documentales que miro los miro prestando atención porque es algo que disfruto.

5) ¿Por qué mira televisión?

En mi caso sería por qué no mira no? Jajaj te respondo las dos cosas. No miro porque en general prefiero usar mi tiempo libre en otras cosas, leer, o cosas así, y a veces miro porque también está bueno encontrar programas piolas y es otra manera que tengo de despejarme

6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

Emm a mí me enseña la televisión. Un montón de veces discuto con la gente que te dice la tele es una mierda, te hace mal al cerebro y esas giladas, y yo les digo que no, que en todo caso ellos no saben qué mirar o miran cosas que son una mierda. A mí me encanta aprender cosas, y la tele es una herramienta genial para eso, pero todo depende del uso que le des.

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

Sí, estoy todo el día, algo de laburo, poco en realidad, y mucho ocio.

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

Sí, soy de bajarme los torrents y mirar series y películas en la notebook. A netflix que es algo que ahora está como re masivo no me sumé, no por nada en especial pero no me enganché.

9a) ¿Por qué utiliza? ¿Para qué?

Siento que estoy como más libre, puedo buscar lo que sea cuando estoy mirando en la compu. Cuando estoy en la tele tengo una oferta pero mucho más reducida.

9b) ¿En qué momentos?

No se, en cualquier momento, cuando se me ocurre.

9c) El uso de computadoras ¿Provocó algún cambio respecto a su manera de mirar televisión? ¿Cuáles? ¿Y qué repercusiones tuvieron estos cambios?

No creo, sigo mirando poca tele con o sin computadora así que no me cambio nada.

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Para mi ver la televisión es mucho más cómodo. Tenés una pantalla mucho más grande que la de la computadora, usualmente también tenés un sillón mientras que la computadora la usás en una silla. Son dos cosas distintas, cada una con sus cosas buenas y malas. En la computadora encontrás lo que se te antoje y en la tele no tanto, pero igual si buscás algo vas a ver.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

Cualquier persona de nuestra edad maneja tanto computadora como televisión y conoce las maneras. Para gente de nuestra edad no es difícil manejar cosas de ese estilo, quizás para mi vieja sí, pero para mí no, así que fui metiéndome en un lado y otro, aprendiendo y cosas así. Y al ir aprendiendo me di cuenta que hay cosas que son mucho más fáciles por internet entonces las hacía. Fue como una manera de mejorar mi manera de ver televisión. No cambiaron los contenidos, sino la forma.

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Sí, los documentales y el tenis lo miro sí o sí por el televisor, más que nada por la calidad de la imagen. En realidad más los documentales que el tenis, pero las dos cosas en la actualidad te ofrecen imágenes geniales por el televisor que la computadora no, así que eso lo miro por el televisor. Después cualquier otra cosa puedo verla online, pero documentales y tenis son televisor sí o sí.

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

Lo de las series está re de moda, y quizás entre jóvenes no decimos más “viste tal programa ayer?” bah, quizás eso pase con Tinelli pero nada más. En cambio yo escucho mucho, “ayer empecé house of cards”, o breaking bad, creo que está cambiando como para el lado de masificar más lo online, por lo menos en gente de nuestra edad. Mi vieja sigue viendo la novela, no mira series, es cuestión de generaciones.

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

Vamos a ver solo a Tinelli Jajaj. Yo antes te dije que la televisión era un negocio, un tremendo negocio, asique los que forman parte tienen que de alguna manera hacer sobrevivir a su negocio. No se de qué manera, preguntale a ellos, pero desaparecer no va a desaparecer, van a surgir cosas nuevas, van a haber cambios seguro, pero el negocio tiene que seguir.

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

¿Otra cosa? Miro por televisor y por la compu, no se qué otra manera podría ser, no se me ocurre nada. Creo que para mirar por el celular falta un poco así que sobre eso mucho no puedo opinar.

ENTREVISTA N° 10 Laura, 21 años, Palermo (NSE AB)

TELEVISIÓN

1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

Un aparato negro, cuadrado, bah, ahora ya no es más cuadrado jaja pero esa es mi idea

2) ¿Mira televisión?

Salvo alguna que otra excepción no, no miro, ya no.

3) ¿Qué mira en televisión?

Los partidos de River nada más, eso solo. jaja

4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

Los domingos cuando le toque jugar a River

5) ¿Por qué mira televisión?

Porque no puedo ir a la cancha y bueno, otra no me queda. Ojalá pudiera ir y así no miraría nada directamente jaja.

6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

A mí la necesidad de mirar al equipo del cual soy hincha y mirar buen fútbol.

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

Sí, obvio, para todo, la computadora sí que la uso para todo. Desde la mañana hasta la noche. Siempre hay algo para hacer. Leer las noticias, trabajar, usar redes sociales, escuchar música, mirar videos, lo que sea.

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

Ahhh, ahora entiendo todo jaja. Entonces ahora tendría que responderte a las primeras preguntas que sí miro televisión, lo que pasa es que pensé que hablabas de la televisión como hablando solo del televisor.

Sí, miro televisión por la computadora. El noticiero en vivo desde internet, series siempre, Vortex, la novela, las introducciones de fútbol permitido, miro Fans World TV, un montón de cosas jaja.

9a) ¿Por qué utiliza? ¿Para qué?

Porque la computadora es mi medio de comunicación principal, hago todo, y como hay cosas televisivas que me gustan y las puedo ver ahí cuando quiera la uso. La novela ponele cuando tengo ganas pongo uno, dos, tres episodios seguidos, y NUNCA la seguí por el televisor.

9b) ¿En qué momentos?

No sé, todo el día, hasta en el trabajo la uso porque está el noticiero de fondo pero en internet.

9c) El uso de computadoras ¿Provocó algún cambio respecto a su manera de mirar televisión? ¿Cuáles? ¿Y qué repercusiones tuvieron estos cambios?

Hace un tiempo ya que uso la compu para ver televisión. No sé si cambió porque en realidad miro las mismas cosas, lo que cambió es que no me preocupo por perderme algo, como en el caso que te dije de la novela, antes no era así, sino que si te lo perdías tenías que preguntarle a una amiga qué había pasado.

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Bueno además de que ahora soy como más libre para ver televisión también está todo súper instantáneo, todo al toque, eso para mí es genial.

Obstáculos le encuentro al televisor, que siempre pasa lo mismo, en cambio en la compu a cualquier hora puedo buscar cosas distintas que tenga ganas.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

Empecé a usar la notebook y así fui descubriendo todo, al principio solo era Facebook, después youtube, después me bajaba las series, y ahora miro la novela, fue todo bastante rápido igual.

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Sólo a River como te dije porque los partidos un poco todavía se traban y no puedo jaja.

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

Mis amigas por lo menos sí, con ellas chateamos mientras miramos algo y hasta a veces nos juntamos a hacer maratones de series por internet.

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

Supongo que si sigue así los televisores no van a estar más. Los canales van a tener plataformas web muy grosas que van a bancarse el vivo pero que te van a permitir elegir otras cosas de ese mismo canal entonces cada uno elige. La cagada es que la gente más grande no está acostumbrada así que no se qué pasará.

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

No se me viene nada a la mente, ¿Otra forma? No se, ni idea.

Entrevista N° 11 Sofía, 20 años, Tigre (NSE C1)

TELEVISIÓN

1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

El medio de comunicación más importante de la actualidad, porque me parece que no hay nada que tenga el impacto que tiene la televisión.

2) ¿Mira televisión?

Sí, obvio, todos los días.

3) ¿Qué mira en televisión?

Noticieros, AM, El Zorro, a Guido Kaszca, no sé, de todo.

4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

Todo el día, depende de cuando esté en casa.

5) ¿Por qué mira televisión?

Porque me despeja, ¿qué voy a hacer sino? Hago otras cosas en mi tiempo libre pero la televisión también me gusta.

6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

La necesidad de despejarme jaja, eso, me divierte.

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

La computadora no tanto, uso bastante el celular como “suplantándola”, pero la pc mucho no.

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

A veces miro Netflix, en mi casa mis hermanos son medio fanáticos pero yo solo a veces me prendo.

9a) ¿Por qué utiliza? ¿Para qué?

Cuando no encuentro nada que me guste investigo también qué onda netflix, es como otra opción más, como si siguiera haciendo zapping jaja.

9b) ¿En qué momentos?

Solo cuando no encontré nada.

9c) El uso de computadoras ¿Provocó algún cambio respecto a su manera de mirar televisión? ¿Cuáles? ¿Y qué repercusiones tuvieron estos cambios?

No, para nada, sigo consumiendo lo mismo en tele.

9d) ¿Por qué no utilizan? ¿Qué limitaciones le ve?

No se si le veo limitaciones, pero me gusta la tele, lo de no saber con qué te vas a encontrar, está bueno, es como que te sorprende más.

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Que tengo como 100 canales para elegir que ver, está genial. Mis viejos tenían 3 cuando eran chicos y ahí sí capaz te cagabas de embole. Yo estoy re conforme con la televisión.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

Nunca cambié porque nunca estuve disconforme, entonces seguí usando el televisor como dispositivo.

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Lo bueno de Netflix es para las series que las tenés ordenadas, en cambio en la tele no. Si no es con netflix ponele no puedo arrancar desde 0 a ver una serie porque me pasan cualquier capítulo. Así que las series, aunque no mire muchas, prefiero verlas en netflix.

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

Creo que miran más por Internet, yo no los escucho hablar como yo de programas de aire ponele, solo una de mis amigas mira una novela, pero también por internet, y me dijo que sus amigas hacen lo mismo, pero no se si en general miran eso, para mí miran cosas yanquis solamente.

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

Lo que ahora hay es que en los programas de la tele muestran mucho de twitter por ejemplo, capaz se usen muchas cosas de tecnología, pero supongo que cambios grandes no van a haber.

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

No, como te dije yo estoy conforme, para qué cambiar jajaj

Entrevista N° 12: María, 25 años, Temperley (NSE E)

TELEVISIÓN

1) Si yo le digo TELEVISIÓN ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿A qué le remite el concepto TELEVISIÓN? ¿Por qué?

Es mi manera de ser feliz, mi modo de vida jaja, no, tampoco para tanto, pero es mi modo de entretenerme todos los días. El concepto de televisión para mí es el de un medio de comunicación muy importante, que se encarga de buscar el entretenimiento en los consumidores.

2) ¿Mira televisión?

Sí, siempre, cuando estoy en casa miro.

3) ¿Qué mira en televisión?

De todo, pero más que nada noticieros, deportes y novelas, esos serían como los tres géneros que más consumo.

4) ¿En qué momento de su día mira televisión?

A la mañana antes de irme, y cuando llego, y es más, casi siempre me quedo dormida con la tele prendida jaja.

5) ¿Por qué mira televisión?

Porque me despeja después de trabajar, después de haber estado 9 horas en el laburo quiero poner la mente en blanco y la tele me ayuda.

6) ¿Cuáles son las necesidades que le satisface el mirar televisión?

Creo que sería parecido a lo que te dije antes, sería la necesidad de poner la mente en blanco después de la jornada de laburo.

COMPUTADORA

7) ¿Ud. personalmente usa computadora? ¿Qué usos le da?

En el laburo sí, en casa no tanto. Hace un tiempo la usaba más cuando volvía pero ahora ya no mucho. Igual cuando estoy en el laburo también la uso a veces para boludear, ver las noticias o cosas así.

8) ¿Ud. utiliza algún tipo de herramienta informática y/o tecnológica para ver TELEVISIÓN? ¿Cuáles?

No, para ver televisión no, nunca.

9d) ¿Por qué no utilizan? ¿Qué limitaciones le ve?

Depende, ponele hay compañeros que tienen netflix y hablan de las series y esas cosas. Eso yo no lo uso porque hay que pagar algo en dólares, o algo así

me dijeron, y ni en pedo lo hago. Igual sé que hay para ver cosas gratis también, pero no me gusta, la tele es la tele.

10) ¿Qué cosas buenas para usted como consumidor cree que le dan el televisor o la computadora a la hora de ver televisión? ¿Por qué? ¿Presentan algún obstáculo? ¿Cuáles? ¿Por qué?

En la tele siempre hay algo para ver, si no hay una novela hay un partido de donde sea, y si no hay un programa de preguntas y respuestas. Yo encuentro algo para ver todos los días. Obstáculos no le veo, en casa nada más a veces nos peleamos por elegir qué vamos a ver, pero eso no es culpa de la tele jaja.

11) ¿Qué motivó la utilización de determinado dispositivo a la hora de ver televisión? ¿Cómo se fue incorporando? ¿Con qué finalidad?

Siempre fuimos de la tele en casa. Comemos viendo algo, a la tarde cuando era más chiquita tomaba la leche viendo los dibujitos, toda la vida fue así.

12) ¿Hay ciertos contenidos que prefiere ver en el aparato televisivo? Y otros en otro dispositivo como la computadora o tablet? ¿Cuáles? ¿Por qué?

En la computadora leo noticias o chimentos o cosas así, pero tele no miro. En cambio en el televisor miro televisión jaja.

13) En general ¿cree que el entorno de jóvenes con los que se rodea mira televisión de la misma manera que usted? ¿Por qué cree que esto es así?

Y como te decía ponele en el laburo me hablan de Netflix y las series, pero cuando me junto con las chicas que eran compañeras mías de la secundaria siempre hablamos de Tinelli, de los actores de la novela jaja y no me hablan nunca de Netflix, o por lo menos la mayoría jaja. Hay de todo creo.

FUTURO

14) ¿cómo se imagina la televisión dentro de 5 años en relación con el uso de nuevas tecnologías?

Debería cambiar no? Ni idea, siempre hay cosas nuevas en la tele, capaz inventan algo nuevo y dejo de ver la televisión, pero es algo que existe desde hace no se, 80 años y se sigue viendo. No creo que haya un super cambio.

15) ¿Hay alguna manera de consumir televisión que no utilice pero que le gustaría? ¿Para qué tipo de actividades? ¿Qué les aportaría esta manera?

No, como te dije yo miro televisión por el televisor y no creo que cambie, o por lo menos no por ahora.



Universidad de
San Andrés