

Estrategias en la política de comunicación de Argentina y Venezuela

Eje temático: comunicación, cultura y poder

Autores

Nadia Verónica Daer – nadiadaer@gmail.com

Constanza Fernanda Lupi – constanzalupi@gmail.com

Resumen

El análisis de los medios públicos en América Latina suele ser abordado desde la oposición gubernamental o no gubernamental. Es probable que esta forma de pensar la radiodifusión se encuentre asociada al desarrollo del modelo mixto norteamericano que influenció la región. Este sistema convalidó la explotación de una estructura netamente privada de carácter comercial de modo simultáneo a una estatal que fue definida por los gobiernos de turno y utilizada para sus propios fines: difusión de políticas de gobierno y discursos. Esta tradición de usos y costumbres explica el desprestigio social que expresa la ciudadanía de la región respecto de los servicios públicos de radiodifusión (Mastrini, 2011).

Sin embargo, la naturaleza de lo público ha ido mutando e incluso lo público se ha reinventado (Martín Barbero, 2005). “Poco a poco han ido cambiando las ideas de cultura, y de ese modo, también, el perfil cultural de las televisiones públicas, más abiertas a la experimentación de géneros, formatos, más accesibles a expresiones culturales que se escapan de los parámetros de la cultura culta o que incluso la desacralizan, más permisibles para aceptar una visión de la cultura mucho más amplia, ambigua y compleja”

(Rey, 2005). Entendemos a los medios públicos como aquellos que tienen el objetivo de: “maximizar la contribución de servicio público (medido en términos de pluralismo, diversidad programática, descentralización e innovación cultural)” y que se debe constituir como una “alternativa real para la construcción de la sociedad civil, democracia deliberativa y las identidades” (Rincón, 2005).

El presente trabajo surge hace algunos años en el marco de un grupo de investigación dedicado a definir la lógica de los grupos infocomunicacionales de índole privada. Sin embargo, nosotros creíamos que en lo público había alguna estructura y lógica que descifrar. A medida que avanzamos en la investigación, encontramos más casos en América Latina que iniciaban o finalizaban los debates parlamentarios respecto de una nueva normativa en materia de comunicación como Brasil, Uruguay, Ecuador y Bolivia y, no solo eso, sino que los ejes de debate encontraban grandes coincidencias con nuestros casos de estudio. Se identifican dos movimientos comunes en este proceso: “por un lado, la discusión pública sobre la necesidad de adoptar nuevas reglas de juego en el sector; por otro, el hecho de que este proceso es acompañado a veces por un nuevo rol de los gobiernos, que se transforman en dispositivos de comunicación directa y prescinden, así, del rol mediador que durante décadas ejercieron, sin competencia, los medios comerciales” (Becerra, 2012).

Nos proponemos reflexionar sobre los medios públicos en Argentina y Venezuela e identificar las estrategias impulsadas por cada uno de los gobiernos para democratizar la comunicación. Advertimos procesos similares pero también diferencias sustanciales, con marcos normativos, sociedades civiles y sistema partidarios diferentes. Seleccionamos dos casos que se constituyeron como paradigmas y referentes en la región y que, además, promueven alianzas estratégicas en el desarrollo de la radiodifusión. Nos preguntamos por el financiamiento, la posibilidad de acceder y participar por parte de la

ciudadanía, los contenidos que impulsan estos medios y, finalmente, realizamos algunas conclusiones analíticas en relación a las medios públicos y advertimos proyecciones.

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar
Tel.: +54 351 4334160 int. 103.
Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

Introducción

El análisis de los medios públicos en América Latina suele ser abordado desde la oposición gubernamental o no gubernamental. Es probable que esta forma de pensar la radiodifusión se encuentre asociada al desarrollo del modelo mixto norteamericano que influyó la región. Este sistema convalidó la explotación de una estructura netamente privada de carácter comercial de modo simultáneo a una estatal que fue definida por los gobiernos de turno y utilizada para sus propios fines. Esta tradición de usos y costumbres explica el desprestigio social que expresa la ciudadanía de la región respecto de los servicios públicos de radiodifusión (Mastrini, 2011)

Nos proponemos reflexionar sobre los medios públicos sin desconocer que el propietario es el Estado, que su director es impulsado por el Ejecutivo ni que existe un régimen legal que debe ser analizado. Entendemos que los medios públicos son aquellos que tienen como objetivo “maximizar la contribución de servicio público (medido en términos de pluralismo, diversidad programática, descentralización e innovación cultural)” y que se debe constituir como una “alternativa real para la construcción de la sociedad civil, democracia deliberativa y las identidades” (Rincón, 2005).

Nos proponemos reflexionar sobre los medios públicos en Argentina y Venezuela e identificar las estrategias impulsadas por cada uno de los gobiernos para democratizar la comunicación. Advertimos procesos similares pero también diferencias sustanciales, con marcos normativos, sociedades civiles y sistema partidarios diferentes. Seleccionamos dos casos que se constituyeron como paradigmas y referentes en la región y que, además, promueven alianzas estratégicas en el desarrollo de la radiodifusión. En este sentido, nos preguntamos por la posibilidad de acceder y participar por parte de la ciudadanía, los contenidos que impulsan estos medios y los actores involucrados. Finalmente, realizamos algunas conclusiones analíticas en relación a los medios públicos.

La década del '70 marcó el rumbo en materia de política de comunicación a través de los debates del NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación) y el informe Mac Bride¹. Primero surge la denuncia por la dependencia económica y luego la cultural, tecnológica e informacional (Mastrini, De Charras, 2004).

Específicamente, en materia de comunicación una de las cuestiones centrales era el desequilibrio del flujo de información entre los países del “tercer mundo” y los denominados “desarrollados”. Aunque superaron las expectativas e impusieron en la agenda la necesidad de definir Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) a partir de nociones como acceso y participación, servicio público, tecnologías y planificación de la comunicación. Era un momento de definiciones políticas radicales y “la comunicación se pensaba como una instancia fundamental, que debía articularse con el conjunto de políticas de los países en su proceso de transformación” (Mastrini, De Charras, 2004).

Retomamos el concepto de PNC de Ramiro Beltrán: “Una Política Nacional de Comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación en un país” (Beltrán, 1976).

En la actualidad, advertimos un giro en la interpretación respecto de cómo concebir la comunicación y el rol del Estado. Las sociedades latinoamericanas han comenzado a cuestionar la existencia de mercados oligopólicos y concentrados. Se advierte cierto consenso respecto de “la necesidad de ampliar la participación de poder público en los sistemas de información y difusión cultural, a través de actitudes articuladas que resulten

¹“El debate que en torno al nuevo orden informativo y especialmente el informe aprobado por la Asamblea General de la UNESCO en 1980, constituyen el principal documento generado en una instancia supranacional que consagra los elementos mínimos indispensables para cualquier proceso que pretenda democratizar la comunicación (Mastrini, G. y De Charras, 2012)

en la renovación de leyes y marcos reglamentarios de las concesiones de radio y televisión; en la descentralización de los canales de transmisión; en el apoyo a producciones audiovisuales independientes; en más ecuanimidad en los accesos al conocimiento y las tecnologías, en la generación y distribución de contenidos regionales y locales sin fines comerciales.” (De Moraes, 2011). En el SXXI, los gobiernos latinoamericanos revalorizan el papel de los medios de comunicación y consideran al Estado como un comunicador de masas guiado por el interés público, se advierte un cuestionamiento sistemático hacia la concepción mercantil de la cultura y los grandes grupos infocomunicacionales (De Moraes, 2011).

Estudio de casos: Argentina y Venezuela

El Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP) integra a todas “las actividades y medios de comunicación directamente concebidos, financiados, administrados, producidos y difundidos por Organismos del Estado” (De Moraes, 2011). En el caso de Argentina, la sanción de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual otorga un nuevo marco legal para los medios del Estado. En ella se determina la creación de RTA SE y la transferencia de todos los activos de SNMP a esta nueva sociedad²; la misma “tiene a su cargo la administración, operación, desarrollo y explotación de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva del Estado nacional”³. Además, especifica la conformación pluralista de su Directorio⁴. Los cargos son por cuatro años y pueden ser reelectos por un período. A pesar de lo que establecía la ley, recién en octubre de 2012 se completaron sus miembros⁵. Una vez conformada la Comisión Bicameral⁶, se

² Artículo 119, Ley SCA.

³ Artículo 119, Ley SCA.

⁴ Artículo 132, Ley SCA.

⁵ Desde el 2010 la conformación del Directorio de RTA S.E. era un tema pendiente; restaban las designaciones de la segunda y tercera minoría. Los integrantes que fueron nombrados dentro del año de la sanción de la ley fueron: Tristán Bauer y Alberto Cantero, presidente y director designado por el Poder Ejecutivo nacional respectivamente – y Néstor Cantariño y Alejandro Verano, miembros elegidos por el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual. La Directora María Lenz quedó en este cargo por elección del bloque parlamentario de la primera minoría a quien representa.

designaron los directores pertenecientes a la segunda y tercera minoría; la UCR convocó a Gustavo Cusinato y el FAP a Marcelo Romeu.

Es necesario aclarar que integramos al análisis de los medios públicos a canales que se encuentran en el paquete de señales de la TDA. R.T.A. solicita al AFSCA, la autorización para implementar un sistema de distribución de señales a través del espectro que le fue asignado. De este modo, mediante el decreto 1010/10 se le otorgaron cuatro frecuencias de televisión digital terrestre en todo el país (los canales 22, 23, 24 y 25 de UHF) y una licencia para operar un sistema de televisión satelital directa al hogar⁷. Las señales se otorgaron en concepto de experimentales y han ido aumentando hasta la actualidad. Algunas de ellas son: TV pública, Encuentro, Pakapaka, INCAA-TV, Argentina Turismo y Tecnópolis. Entendemos estas acciones como parte de una política de comunicación que busca integrar recursos y “políticas parciales” como puede ser la conformación de RTA o el desarrollo de la TDA en “un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación del país” (Beltrán, 1976). Este sistema de otorgamiento de licencias laxo permitió el desarrollo de la TDA al margen de la normativa vigente ya que la explotación de las licencias se realizó en función de pedidos especiales tanto del ámbito privado como público.

En Venezuela el surgimiento de un Sistema Nacional de Medios Públicos se encuentra estrechamente ligado al rol que los medios privados desempeñaron en el intento de golpe de Estado de 2002. (Guerrero, 2010). En la actualidad, el mapa de medios públicos de Venezuela⁸ permite advertir un panorama prolífero. A diferencia de Argentina, el SNMP lo

⁶ El art. 18 de la Ley SCA establece el funcionamiento de La Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual y su conformación con 8 senadores y 8 diputados.

⁷http://www.tvpublica.com.ar/tvpublica/institucional?m=10&t=TV%20P%C3%BAblica&tag=tpv.institucional.acercade&opt=1&order=fecha_asc

integra la prensa gráfica y la Agencia Venezolana de Noticias y una serie de radios y canales de alcance nacional, local y regional. Una de las particularidades que tiene el modelo venezolano consiste en una cierta imprecisión en la normativa acerca de la administración de los medios; hay una propensión a crear figuras como la fundación - en el caso de TVeS - o la Compañía Anónima - como en Venezolana de Televisión - que parece presentar cierta autonomía. Como se analizó anteriormente, el accionar del Estado argentino es diferente; en primer lugar, porque se impulsa el sistema de medios desde un marco legal y plural (en tanto es impulsado y motivado por la Ley SCA y crea una tríada de organismos satélites con integrantes de distintos partidos) y, en segundo lugar porque pudimos identificar y acceder los decretos de creación de los canales donde se establecen los objetivos, el presupuesto, la obligación a crear un estatuto, etc.

En Venezuela la conformación del Sistema Nacional de Medios Públicos tiene rasgos diferentes del de Argentina. Por un lado, no coinciden en los medios que abarcan ni tampoco en los modos de administración ni gestión de los servicios de comunicación. Una de las particularidades del modelo venezolano consiste en el agrupamiento de los medios bajo la órbita del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (MinCI). A través del MinCI se delinear las estrategias de comunicación del gobierno nacional, se contribuye a promover los medios comunitarios y alternativos y se fortalecen las relaciones con los medios comerciales.

Acceso y participación

Se los consideraron como “indicadores fundamentales del grado de democratización de los medios, y de su nivel de articulación con la población” (Rossi, 2006). Diego Rossi, uno de los especialistas en la temática, considera relevantes dos ideas asociadas al acceso: elección y retroacción. La primera refiere a la posibilidad de que las personas sean receptoras de más de un medio de comunicación, y, la segunda, a la interacción entre

productores y receptores de los medios de comunicación. Se considera que debe ser condición sine qua non para el análisis del acceso que exista una cobertura total del territorio. Es decir, para analizar la elección y la retroacción es necesario que en todo el territorio nacional las personas puedan acceder a, por lo menos, una señal de radio y televisión. Lo que no sucede en ninguno de los dos países que estamos analizando.

En el caso de Argentina, aunque la cobertura no es total, la Ley SCA establece entre sus objetivos serlo. Según datos oficiales⁹, sólo el 35% de la población accedía a algún canal de televisión por aire en la era analógica. El proceso de digitalización que está llevando a cabo el gobierno, generó un aumento en la cobertura al 85 %¹⁰.

En cuanto a la elección, con la aparición de la TDA, aumentó la oferta de los canales públicos con orientaciones y perfiles temáticos que ofrecen contenidos complementarios como los de turismo, cine o ciencias, entre otras. La digitalización "(...)" se funda en la idea de la universalidad del servicio, un principio básico del derecho humano a la información que nunca se había implementado de esta manera" (Tordini, 2012). En el mismo sentido, en la Ley SCA se establecen adjudicaciones directas bajo el título de autorizaciones a los medios públicos provinciales, municipales y universitarios (estos licenciarios no son del mismo tipo que los de aire, se trata de adquisiciones inmediatas de señales por parte de instituciones públicas)¹¹. Se entiende a la retroacción como la intervención del público en la transmisión de los programas a través de preguntas, críticas u opiniones. Es decir, interacción¹² del público según las reglas de los programas o canales de televisión. En

⁹http://www.tvpublica.com.ar/tvpublica/institucional?m=10&t=TV%20P%C3%BAblica&tag=tpv.institucional.acercade&opt=1&order=fecha_asc

¹⁰ En diciembre de 2012 se inauguraron nuevas estaciones digitales terrestres. Actualmente son 70 que ofrecen una cobertura del 86 por ciento de la población del país. (<http://www.argentina.ar/temas/cristina/2369-cristina-inaugura-17-nuevas-estaciones-de-television-digital>).

¹¹ En el artículo 22 de la Ley SCA se especifica que son las personas de derecho público quienes pueden pedir autorización para emitir un medio de comunicación audiovisual.

¹² Entendida como posibilitadora del diálogo.

este sentido, se considera a la interactividad¹³ como una forma de retroacción. En Argentina y Venezuela la norma de digitalización adoptada es la ISDB-T, considerada como la que más interactividad permite, lo que indicaría que las condiciones técnicas para la retroacción están dadas con la digitalización¹⁴. En el caso argentino, a esta característica se le suma la intervención del público gracias a la figura del Defensor del Público, que es quien debe actuar en defensa de los intereses de las audiencias, recibir sus críticas o acusaciones y actuar ante la ley como representante.

En el caso de Venezuela, los datos estadísticos sobre cobertura que se consideraron para este análisis fueron aportados por el censo del 2011 realizado por el Instituto Nacional de Estadística. El “48% de los hogares del país tienen televisión por suscripción y el resto de los hogares depende de la señal abierta”¹⁵. De modo similar que en el caso argentino, el surgimiento de la TDA, “favorece a la población con una señal gratuita y que podrá ser utilizada a través de servicios dinámicos como la telefonía móvil. También mejora la calidad de imagen y sonido porque la codificación digital corrige las distorsiones provocadas por cualquier interferencia”¹⁶

En relación a la elección, según datos de la Conatel (Comisión Nacional de Telecomunicaciones), los medios públicos pasaron de 44 señales en el año 1998 a alrededor de 120, además de los 280 medios comunitarios en la actualidad¹⁷. Modesto Guerrero sostiene que esta complejización del mapa de medios está signado por un perfil hacia lo público, ya que en su mayoría son de esta índole y comunitarios, a diferencia de otros momentos históricos cuando prevalecía la apertura de medios privados (Guerrero, 2010). Sobre la digitalización, según las fases de implementación de la TDA, “Hasta la

¹³ Interactividad como un posible dialogo de los usuarios con una tecnología.

¹⁵ www.patriagrande.gob.ve

¹⁶ www.conatel.gob.ve

¹⁷ <http://eltiempo.com.ve/venezuela/politica/medios-publicos-venezolanos-casi-se-triplicaron-en-12-anos/61589>

fecha el innovador servicio está presente en 13 ciudades del país donde se han entregado decodificadores en 109.754 hogares, mientras que durante 2013 se prevé entregar 600.000 nuevos dispositivos para garantizar el acceso a la innovadora tecnología televisiva¹⁸. Hasta el momento, la TDA venezolana está compuesta por 8 canales públicos y 3 privados, por lo que se garantizan ciertos niveles de elección.

Como en el caso argentino, la retroacción en Venezuela hace su aparición con la TDA en tanto se busca “mayor interacción entre el usuario y la pantalla; los usuarios podrán obtener información sobre las programaciones y servicios públicos: fecha y hora de operativos de cedulación, de Mercados de Alimentos (Mercal), registro de las misiones sociales, entre otros”¹⁹. Además de la mencionada posibilidad tecnológica, la Ley RESORTE permite, de modo análogo a la figura de Defensor del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual, que los usuarios realicen solicitudes o reclamos a los prestadores de radio o televisión que estén vinculados con los objetivos de la normativa vigente²⁰.

Participación

La participación de personas u organismos en los medios, puede analizarse a partir de tres niveles establecidos por la Unesco: la intervención de la población en la producción de los mensajes, la toma de decisiones y la construcción para formular políticas de comunicación masiva (Rossi, 2012).

En el caso venezolano, podemos identificar rasgos del primer nivel de participación en la normativa vigente como en la práctica cotidiana “referido a la posibilidad de que el público, grupos o individuos produzcan programas” (Rossi, 2012). Se sostiene que los usuarios

¹⁸ <http://www.patriagrande.com.ve>

¹⁹ www.conatel.gob.ve

²⁰ Artículo 12, Ley RESORTE.

(individualmente) o en organizaciones (colectivamente) tienen el derecho a recibir información de los prestadores acerca de la programación y de acceder a espacios gratuitos en los servicios de radio y la televisión por suscripción²¹. Además, se crea la figura del Productor Nacional Independiente (PNI), cuyos contenidos ocuparán lugares privilegiados en las señales. “La televisión Venezolana Social (Tves) aumentó su promedio diario de PNI en los últimos años, actualmente ha alcanzado 11,5 horas diarias²². En este sentido, Modesto Guerrero, afirma que a raíz del intento de golpe de Estado de 2002, complejizado por tratarse también de un golpe mediático, se posibilita la creación de nuevos medios porque ello implica una forma de contrastar el poder de los medios.(Guerrero, 2010).

En Argentina se puede ver el incentivo a la producción de mensajes, en los porcentajes mínimos de producción propia y nacional²³ y en la aplicación de cuotas de pantalla de cine y artes visuales²⁴. Para que estas exigencias puedan cumplirse, se crearon los concursos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) en categorías ficcionales, documentales, miniserias, unitarios, que premiaron diferentes rubros como la producción, realización o guión²⁵. Y se creó el programa Polos Audiovisuales, que “busca instalar y fortalecer las capacidades para la producción nacional de contenidos para la TV Digital, promoviendo la igualdad de oportunidades y la disminución de las asimetrías entre provincias y regiones”²⁶.

²¹ Artículo 12, Ley RESORTE.

²² <http://www.tves.gob.ve/PNI/index.php>

²³ Artículo 65, Ley SCA

²⁴ Artículo 67, Ley SCA

²⁵ <http://www.losguionistas.com.ar/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=814>

²⁶ “El programa dividía al país en nueve regiones o polos y constituía un sistema federal en red donde las Universidades Nacionales nucleaban a los actores del sector audiovisual televisivo de cada comunidad conformando nodos. (...) En los nodos, las Universidades Nacionales y los actores audiovisuales del medio local trabajan juntos para desarrollar y consolidar la producción televisiva de las distintas regiones de nuestro país” (www.tda.gob.ar/contenidos/programa_polos_audiovisuales.html)

La participación en la toma de decisiones es el segundo nivel de participación que utiliza Rossi y puede apreciarse en ambos países en dos instancias particulares: en que nuevos actores, como organizaciones sociales o universidades, sean parte de los organismos de control (más actores controlan el cumplimiento de la ley); y en el surgimiento de consultas o audiencias públicas para la elaboración de instrumentos normativos (Venezuela) o para determinar contenidos de interés general (Argentina). En relación a los nuevos actores en los organismos, en Venezuela, la comisión de asignación de los PNI está conformada por organizaciones de usuarios y usuarias. También, están presentes organizaciones en el Directorio y Consejo de Responsabilidad Social. En el caso de la Ley argentina, como se ha definido anteriormente, se establece la conformación plural de un Consejo Consultivo Honorario de los Medios públicos, que aunque aún no se encuentra activo en sus funciones, posibilita que diferentes organizaciones participen y ejerzan el control sobre el cumplimiento de los objetivos de RTA SE²⁷. Otro organismo es el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA), en este caso, su conformación estuvo retrasada porque no se había conformado la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual²⁸, que debía designar a los responsables del Consejo, entre otros organismos²⁹.

El tercer nivel focaliza en la contribución de la ciudadanía en la formulación de políticas públicas. La ley RESORTE establece que los usuarios tienen derecho a “participar en el proceso de formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas destinadas a la educación para la percepción crítica de los mensajes difundidos por los servicios de radio y televisión”³⁰. En Argentina se fomentó la participación pluralista, y se tuvieron en cuenta

²⁷ Artículo 124, Ley 26522

²⁸ La comisión debe estar conformada por ocho senadores y ocho diputados del Congreso Nacional y la “oposición” se retrasó en la designación de las personas para ser parte de la misma.

²⁹ <http://www.telam.com.ar/nota/40978/>

³⁰ Artículo 12, Ley RESORTE.

las propuestas y sugerencias de las organizaciones que participaron de los Foros sobre el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual³¹.

Con la implementación de la Televisión Digital Terrestre aumentó la cobertura, y al mismo tiempo, se garantizó la elección. Como se nombraba anteriormente, esta llegada provoca el desembarco de todas las señales que se emiten en ella (22 en Argentina y 11 en Venezuela). En relación a la participación, se modificó el funcionamiento de los organismos de control. Se considera una transformación interesante la concepción del organismo, no sólo en relación a la sanciones (como lo era el Comité Federal de Radiodifusión en Argentina -COMFER-), sino también, la presencia activa en el cumplimiento de la legislación y como motor de la participación ciudadana. Es decir, como veedor de los intereses del pueblo y garante de la inclusión de nuevas miradas en el sistema de medios.

Contenidos

El análisis de los contenidos se realiza en función de la regulación que las normativas antes mencionadas. En Argentina define contenidos mínimos donde es significativo el porcentaje de contenidos nacionales, locales y regionales. Además, se hace hincapié en porcentajes mínimos de contenidos educativos y culturales³². Además, se establece una “cuota de pantalla de cine y artes audiovisuales nacionales”³³. Esta decisión política impacta en las Industrias Culturales nacionales porque permite favorecer los desarrollos productivos locales.

³¹ <http://www.mdzol.com/nota/159685/>

³² Artículo 65, Ley SCA.

³³ Artículo 67, Ley SCA.

La protección a la niñez y el tratamiento de temas específicos son definidos en el artículo 68³⁴. En el artículo 122 se especifican las obligaciones en relación a los contenidos de R.T.A. SE y se determina la emisión de programas educativos, culturales y científicos. Además se difunden actividades artísticas, culturales y las relativas a los poderes del Estado en los ámbitos nacionales, provinciales y municipales³⁵. Como se mencionaba en el apartado anterior, estas obligaciones fueron acompañadas por políticas de fomento y estímulo a la producción. Además de las que ya se nombraron (INCAA y Polos Audiovisuales), se creó el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), que “Se trata de una red digitalizada de fácil acceso, que se propone abastecer de contenidos audiovisuales de alcance universal, tanto a los nuevos espacios de emisión como a los ya existentes (...) Productores independientes, organismos gubernamentales y no gubernamentales, universidades, agrupaciones sociales y señales que cuenten con producciones propias, pueden ceder sus contenidos de manera gratuita con el fin de ser distribuidos del mismo modo a los canales de televisión de todo el país”³⁶. Este banco contiene alrededor de 900 producciones audiovisuales que pueden ser utilizadas por todos los medios. Otras políticas de producción de contenidos y de distribución son “Igualdad cultural”, ACUA, Contenidos Digitales Abiertos (CDA) que “forma parte de las políticas de promoción de contenidos audiovisuales digitales (...) la difusión gratuita de contenidos digitales a través de Internet, de los decodificadores de la Televisión Digital Abierta (Set Top Box) y de aquellos televisores que cuenten con NETCAST o Internet”³⁷. Como se puede observar con este análisis, existen diferentes políticas de producción y distribución de contenidos. En relación a la diversidad de los contenidos producidos en los

³⁴ El artículo 68 establece que de 6 hs. a 22 hs., los contenidos deben ser aptos para todos público y luego de ese horario pueden emitirse para el público adulto. Además, se mencionan porcentajes mínimos de producción nacional para niños.

³⁵ Artículo 122, Ley SCA.

³⁶ <http://www.bacua.gob.ar>

³⁷ (http://www.tda.gob.ar/contenidos/contenidos_digitales_abiertos%20.html)

medios públicos, para esta publicación se analizó un día en la grilla de canal 7. Se observó que existe una variada y diversa programación³⁸.

En el caso de Venezuela, la Ley RESORTE tiene como objetivo regular la responsabilidad de los prestadores en la transmisión. Allí, se realiza una tipología de los programas, lenguajes y contenidos.³⁹ Sobre esta temática, se determina que los prestadores deben emitir un mínimo de tres horas diarias de programas culturales, educativos, informativos y recreativos⁴⁰. También, se establece un mínimo de 7 horas de programación de producción nacional (de las cuales 4 deben ser de producción independiente). Y se define que un mismo productor independiente no puede ocupar más del 20% de la programación de un medio. Finalmente, se establece que los medios públicos no pueden difundir propagandas⁴¹.

Se analizó la programación de la señal Vive Tv, donde pudo comprobarse que existen la misma cantidad (6) de programas culturales, educativos, documentales, recreativos e informativos. Este esquema da cuenta de la diversidad y complementariedad de contenidos. También, del carácter político en tanto forma parte de la defensa del proyecto de gobierno: “estos nuevos medios nacieron y se desarrollaron como partes necesarias y funcionales del proceso político” (Guerrero, 2010).

Entre ambos países, hay ciertas diferencias en relación a las políticas de promoción y difusión de contenidos. En Venezuela, los canales públicos no son una novedad, en la

³⁸ La grilla contempla cinco noticieros (uno a la mañana, otro, a la tarde y a la noche), un programa de cocina (Cocineros Argentinos), un magazine por la tarde (Vivo en Argentina), programación de Pakapaka para niños, un documental (homo Sapiens) y un programa del canal Encuentro. Además, hay un programa religioso (El Kairós del Padre Farinello), uno sobre ciencia (Industrias Argentinas), una ficción (Diferentes películas) y en el horario central, un programa de análisis político (678), entre otros. La diversidad puede comprobarse no solo en los diferentes temas, sino también, en la federalización del territorio (que se ve en la utilización de diferentes móviles o locaciones).

³⁹ Artículo 7, Ley de Reforma Parcial de la Ley RESORTE.

⁴⁰ Artículo 14, Ley de Reforma Parcial de la Ley RESORTE.

⁴¹ Artículo 16, Ley de Reforma Parcial de la Ley RESORTE.

última década se ha focalizado en su creación. El caso argentino, parece ser la apuesta estatal a partir de la proliferación de políticas de promoción y distribución de contenidos. Una coincidencia, que es parte de la reflexión final de este trabajo, es la problemática alrededor de la baja audiencia de la mayoría de estos programas. Un dato para pensar es que el programa más visto de canal 7, sea 678 (probablemente, el más asociado al gobierno) y en Venezuela, Aló Presidente (el programa que conducía el ex presidente Hugo Chávez). La dicotomía nos permite preguntarnos: ¿Por qué la diversidad de contenidos no genera grandes audiencias?, o si estos son los contenidos que los pueblos de ambos países consideran más plurales y democráticos, ¿Por qué nadie los ve? ¿Realmente lo son?

Palabras finales

En Argentina, advertimos que el modo de propiciar estas políticas ha sido desde un marco legalista y democrático. Es decir que primero se crea una ley que permite que se conforme un sistema de medios públicos fuerte, en alianza estratégica con el desarrollo de la TDA y otros ministerios. En el caso de Venezuela, podemos pensar que el camino fue otro. Primero se identifica la necesidad de generar medios nuevos a raíz del intento de golpe de Estado. En este contexto, se generan medios comunitarios y medios públicos sin ningún marco legal que regule y controle estas posibilidades.

En nuestro país, se produce un cambio en el concepto de control y la promoción de contenidos diversos son ejemplos que dan cuenta de un interés por la ciudadanía. En el caso de Venezuela, esta sensibilidad se manifiesta en la regulación sobre los contenidos y la inclusión de los sectores comunitarios. Igualmente, quedan muchas cosas por hacer. En los medios públicos de Argentina es necesaria y prioritaria la conformación del

Consejo Consultivo Honorario y la regularización en los gravámenes⁴². En Venezuela, se considera que la generación de legislaciones integrales, posibilitará una disminución en la discrecionalidad de algunos asuntos como lo es el presupuesto de los medios públicos.

En relación a los contenidos, se pudo advertir que ambos países continúan trabajando y desarrollando estrategias participativas de generación de contenidos de alta calidad. En Argentina la invitación a participar en el MIPCOM 2013, que es un encuentro internacional de comercialización de contenidos y formatos de tv⁴³ da cuenta del interés y el reconocimiento global en la ficción local. En Venezuela la generación de contenidos de ficción con la intención de aumentar las audiencias, se centra en Tves.

Hernández y Reina señalan acerca de la sociedad “(...) libra una enconada lucha de clases que asume diversas formas en que las que la vieja cultura sigue teniendo un peso determinante, pero a la vez los nuevos valores se abren paso paulatinamente. Por ello, se continúa en una crisis historia: ni lo viejos termina de morir ni los viejo nuevo termina de consolidarse y esta situación se expresa obviamente en el ámbito de la comunicación” (Hernández, Daniel y Reina Oliver, 2010). En este período de transición es necesario que aumente la participación del pueblo para que se modifiquen ciertos prejuicios sobre lo público y que no solo este asociado a lo marginal, ni a lo gubernamental. Porque ahora comienza una disputa de sentidos por lo que se considera nacional, importante, gracioso, educativo o informativo. Hoy se generan contenidos que tienen la calidad para serlo, solo hace falta generar condiciones para que la ciudadanía se interese en verlos o, si por el contrario, desea modificarlos, poder intervenir activamente.

⁴² Según la Ley SCA los medios públicos se financian en un 20% por los gravámenes creados por la mencionada ley, entre otros recursos (artículo 136). En el artículo 94 se establece que los titulares de los servicios de comunicación audiovisual tributarán un gravamen proporcional a la facturación proveniente de la publicidad, programas, señales, contenidos, abonos, etc.

⁴³ <http://www.mipcom.com/>

Bibliografía

Beltrán, Luis Ramiro, "Políticas Nacionales de comunicación en América Latina: los primeros pasos" en Nueva Sociedad N° 25, Buenos Aires, 1976

Becerra, Martín. "Conflictos políticos, nuevas leyes, digitalización, comunicación directa...Terremoto mediático en América Latina", *Le Monde Diplomatique*, febrero 2012.

Bulla, G. Participación: concepto clave en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual.

De Moraes, D. Cultura tecnológica, innovación y mercantilización. Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digital, Buenos Aires, Paidós, 2010

De Moraes, D. La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación, Buenos Aires, Paidós, 2011.

Hernández, D. y Reina, Oliver. "Primera parte. Impacto de las políticas públicas de comunicación en Venezuela. Elementos para la definición de una política de Información y Comunicación de Estado." Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas. Susana Sel. Buenos Aires, Clacso, 2010.

De Charras, D. Pluralismo y diversidad. Dos ejes sustanciales de la agenda de regulación de los medios audiovisuales, Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual.

Postolsky, Glen "Continuidades, desplazamientos y transformaciones en las políticas de transformación en la Argentina" en Susana Sel, (Coordinadora) "Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. América latina y sus encrucijadas", Clacso, 2010.

García Leiva, María Trinidad. "Fin de milenio sobre las Políticas de Radiodifusión" en Mucho ruidos, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004) Guillermo Mastrini editor. Buenos Aires, Ediciones La Crujía, 2005.

Loreti, D. La libertad de expresión, sus principios y la consistencia de la ley de servicios de comunicación audiovisual, Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual.

Mastrini, G. y Becerra, M. Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias Culturales en América Latina. Buenos Aires, Prometeo Libros, 2006.

Mastrini, G. y De Charras, D. "20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI", Documento de Cátedra Guillermo Mastrini.

Mastrini, G. "Medios Públicos y derecho a la comunicación", *Revista Herramienta N°44*, julio, 2011.

Sel, Susana. "Actores sociales y espacio público. Disputas por la Ley de Servicios del capitalismo contemporáneo. América latina y sus encrucijadas", Clacso, 2010.

Guerrero, Modesto. "Medios y poder en Venezuela". Aporrea y la prensa comunitaria, El ojo en la lupa, 2010.

Rossi, Diego. Acceso y participación: Políticas Activas, condicionamientos de los licenciarios dominantes y el desafío digital, Documento de Cátedra Guillermo Mastrini, 2012

Rincón, Omar, Televisión pública: Del consumidor al ciudadano, Buenos Aires, La Crujía, 2005

Tordini, Ximena. "Profundizar la democracia de los medios. Fin de una larga transición", *Le Monde Diplomatique*, diciembre, 2012.

Normativa argentina

Ley Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522/2009

Decreto 84/2005

Decreto 1526/2009

Decreto 65/2010

Decreto 1010/2010

Decreto 1269/ 2011

Decreto 1559/2012

Normativa venezolana

Ley Resorte

Ley Orgánica Telecomunicaciones

Decreto N° 5.349/07

Artículos periodísticos

http://www.clarin.com/politica/Despues-anos-reune-Bicameral-Medios_0_793120699.html

http://www.clarin.com/politica/oposicion-propuso-directores-controlar-medios_0_793120866.html

<http://www.argentina.ar/temas/cristina/2369-cristina-inaugura-17-nuevas-estaciones-de-television-digital>

<http://www.tda.gob.ar/notas/1568-tda-continua-entregando-decodificadores-tecnopolis>

<http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-188578-2012-02-29.html>

<http://www.eldiplo.org/index.php/archivo/162-el-futuro-del-kirchnerismo/fin-de-una-larga-transicion/>

Páginas Web

<http://www.antv.gob.ve/m8/contenido.asp?id=1>

<http://www.vive.gob.ve/quienes.php>

<http://www.minci.gob.ve/el-ministerio/>

<http://www.avn.info.ve/>

<http://www.tvpublica.com.ar>

http://www.tda.gob.ar/contenidos/contenidos_digitales_abiertos%20.html

http://www.tda.gob.ar/contenidos/arbol_de_contenidos_universales_argentino.html

<http://www.bacua.gob.ar>

www.conatel.gob.ve

<http://mediaandentertainmentobservatory.wordpress.com/2012/09/06/martin-becerra-entre-el-8-y-el-10-de-los-hogares-esta-alcanzado-por-la-senal-de-la-tda/>

www.panam2013.eci.unc.edu.ar | www.eci.unc.edu.ar

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.