RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes

Universidad
Nacional
de Quilmes

Nicolosi, Alejandra Pía

La televisión en la década kirchnerista : democracia audiovisual y batalla cultural

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:
Nicolosi, A. P. (Comp.) (2014). La televisión en la década kirchnerista: democracia audiovisual y batalla cultural. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1752

Puede encontrar éste y otros documentos en: https://ridaa.unq.edu.ar

Universidad Nacional de Quilmes
Roque Sáenz Peña 352 // Bernal
Buenos Aires // Argentina
t.: (+41 11) 4365 7100
f.: (+54 11) 4365 7101
info@unq.edu.ar

La televisión en la década kirchnerista

Democracia audiovisual y batalla cultural

Alejandra Pía Nicolosi
Compiladora

PROGRAMA TRANSVERSAL TV DIGITAL
Observatorio del Sector Audiovisual de la República Argentina
Universidad Nacional de Quilmes

La televisión en la década kirchnerista

Democracia audiovisual y batalla cultural

Alejandra Pía Nicolosi

Compiladora

Programa Transversal TV Digital

Observatorio del Sector Audiovisual de la República Argentina

Universidad Nacional de Quilmes

Universidad Nacional de Quilmes

Autoridades

Rector
Mario Lozano

Vicerrector
Alejandro Villar

Secretario General
Alfredo Alfonso

Secretaria Académica
Sara Pérez

Secretaria Administrativa
Carmen Chiaradonna

Secretaria de Investigación
Liliana Semorile

Secretario de Innovación y Transferencia Tecnológica
Darío Codner

Secretario de Extensión Universitaria
Raúl Di Tomaso

Secretaria de Posgrado
Nancy Díaz Larrañaga

Secretario de Educación Virtual
Germán Dabat

Programa Transversal de Adaptación y Desarrollo de la Tv Digital

Director
Alfredo Alfonso

Integrante y Co-coordinador
Nodo Conurbano Sudeste (PAT): Jorge Núñez

La televisión en la década kirchnerista
Democracia audiovisual y batalla cultural

Alejandra Pía Nicolosi

Compiladora

La televisión en la década kirchnerista: democracia audiovisual y batalla cultural /
Alejandra Pía Nicolosi... [et.al.] ; compilado por Alejandra Pía Nicolosi. - 1a ed. - Bernal:
Universidad Nacional de Quilmes, 2014.
280 p.; 24x17 cm.

ISBN 978-987-558-297-2

1. Medios de Comunicación Audiovisual. 2. Historia Polítca Argentina. I. Nicolosi, Alejandra Pía II. Nicolosi, Alejandra **Pía, comp.**
CDD 302.230 982

Fecha de catalogación: 21/02/2014

Diseño de tapa e interior: DCV Julia Gouffier / DCV Ana Cuenya

Impreso en: Tecnooffset

Imágenes de tapa:
TV Pública: www.tvpublica.com.ar
Televisión Digital Abierta: http://www.tda.gob.ar
PakaPaka: http://www.pakapaka.gob.ar/
Encuentro: http://www.encuentro.gov.ar/
Acua: http://acua.tvdigitalargentina.gob.ar
Contenidos Digitales Abiertos: http://cda.gob.ar/
Conectate: www.conectate.gob.ar
TECTv: www.tectv.gob.ar
Fútbol para todos: http://www.futbolparatodos.com.ar/

Esta edición se realiza bajo **licencia de uso creativo compartido** o **Creative Commons**. Está permitida la copia, distribución, exhibición y utilización de la obra bajo las siguientes condiciones:

Atribución: se debe mencionar la fuente (título de la obra, autor, editor, año).

No comercial: no se permite la utilización de esta obra con fines comerciales.

Mantener estas condiciones para obras derivadas: sólo está autorizado el uso parcial o alterado de esta obra para la creación de obras derivadas siempre que estas condiciones de licencia se mantengan en la obra resultante

Programa Transversal de Adaptación y Desarrollo de la TV Digital, Universidad Nacional de Quilmes, 2004.

Impreso en Argentina
en el mes de marzo de 2014

Índice

- **Agradecimientos** 9
- **Presentación: Hacia la democratización del espacio audiovisual** 11
  Por Mario Lozano
- **Prólogo: Un aluvión audiovisual. La imagen más nítida de esta década ganada** 15
  Por Lucrecia Cardoso y Germán Calvi
- **Introducción: Desestabilizar el presente, alentar el futuro** 19
  Por Alejandra Pía Nicolosi
- **Capítulo I: Tecnología y transformación sociocultural** 21
  - **Televisión Digital Abierta en Argentina en debate** 23
    Por Alfredo Alfonso
  - **La televisión digital en Argentina a cuatro años de su puesta en marcha** 33
    Por Néstor Daniel González y Cristian Caraballo
  - **La ficción televisiva a partir de la Ley SCA. "Des-centrando" la producción y la empleabilidad técnica** 47
    Por Alejandra Pía Nicolosi
  - **De fierros e historias: Técnicos y tecnología en los documentales federales en la televisión digital argentina** 63
    Por Luciana Cáceres y Carina Rodríguez
  - **Presencia de la TV Pública argentina en internet** 75
    Por Adrián Maglieri

- **Capítulo II: Sujetos e identidades en la escena audiovisual actual.....95**
  - **Contenidos regionales en la televisión digital Argentina. Cultura local frente a la histórica concentración territorial.....97**
    Por Néstor Daniel González
  - **Jóvenes y ficción en la TV pública.....105**
    Por Yésica Maia Gonzalez
  - **Combatientes: Malvinas. La memoria audiovisual en construcción.....115**
    Por Andrés Caetano y Juan Manuel Bellini
  - **Miralo por TV. Fútbol, espectáculo cultural y popular.....125**
    Por María Eugenia Rosboch y Virginia Cáneva

- **Capítulo III: Diversidad narrativa y narrar la diversidad.....137**
  - **Confrontaciones distributivas en el campo audiovisual. Hacia la construcción de visibilidad(es) de la diversidad.....139**
    Por Víctor Arancibia
  - **Sangre y miedo en las series de televisión digital: el género de terror argentino en Alucinante y Ruta misteriosa.....153**
    Por Carina Rodríguez
  - **Mapas comunicacionales y territorios de la experiencia: notas espaciales sobre San Salvador de Jujuy, murmullo que aturde.....163**
    Por Alejandra García Vargas
  - **La lectura como contenido de la Televisión Digital Abierta.....185**
    Por Mónica Rubalcaba
  - **Encuentro(s) en la ciudad TEC. Política, formatos y protagonistas de la ciencia y la tecnología en la televisión pública digital argentina.....193**
    Por Vanina Soledad López

- **Capítulo IV: Las pantallas en la tv digital. Apertura y desafíos.....207**
  - **Nuevas pantallas para la televisión pública argentina.....209**
    Por Norberto Leonardo Murolo
  - **La necesidad de un canal público infantil.....223**
    Por Verónica Fiorito

- **La narrativa informativa de canales estatales en las nuevas tecnologías. Argentina en noticias y Casa Rosada.....239**
  Por Cristian Caraballo

- **Del 16.9 al 4.3: INCAATV y la exhibición del cine argentino.....251**
  Por Lía Gómez y Luciana Aon

- **El conurbano bonaerense y las emisoras de baja potencia. Panorama y desafíos frente la Ley de SCA.....261**
  Por Felipe Real

▪ **Autores.....273**

Agradecimientos

Rector de la Universidad Nacional de Quilmes Dr. Mario Lozano, Decana de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social Dra. Florencia Saintout, Rectora de la Universidad Nacional de Lanús Dra. Ana Jaramillo, Rector de la Universidad Nacional Arturo Jauretche Lic. Ernesto Villanueva. Alfredo Alfonso Director del Programa Transversal de Adaptación y Desarrollo de la Tv Digital. Presidenta del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales Lucrecia Cardoso, Gerente de Fomento a la Producción de Contenidos para Televisión, Internet y Videojuegos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales Ing. Germán Calvi. Universidad Nacional de Quilmes, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, Universidad Nacional Arturo Jauretche, Universidad Nacional de Lanús, Observatorio del Sector Audiovisual de la República Argentina. Liliana Mazure, Inés Santiago, Félix Fiore, Ulises Castaño, Ariela Peretti, Fernando Arias, Fernanda Albornoz, Ramiro Fayanás, y todo el equipo del área de rendiciones del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Directora General de PakaPaka, Verónica Fiorito y al equipo de trabajo de PakaPaka. Universidad Nacional de Salta, Universidad Nacional de Jujuy, Red de Carreras de Comunicación y Periodismo de la República Argentina, RedCom. Al equipo y colaboradores del Observatorio del Sector Audiovisual de la República Argentina. A los autores por su interés y compromiso. A los que hacen de la lucha por una comunicación democrática una práctica cotidiana.

Presentación

Hacia la democratización del espacio audiovisual

La *Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual* es una de las mayores conquistas de las tres décadas que cumple este año la democracia argentina y constituye un instrumento indispensable para desmonopolizar y descentralizar el escenario mediático, habilitar nuevas voces, democratizar la palabra y alcanzar un sistema participativo en lo político, económico, social y cultural, con pluralidad de voces. Fue construida en base a un amplio consenso social madurado durante años, enriquecida en foros participativos a lo largo y a lo ancho del país en base a ideas constituidas desde las instituciones y las organizaciones sociales, y votada por amplias mayorías en un Congreso conformado por el voto popular.

En las aulas de la Universidad Nacional de Quilmes, donde desde 1991 formamos profesionales en Comunicación Social, el viejo decreto-ley de radiodifusión siempre fue objeto de cuestionamiento crítico. Varios de nuestros docentes-investigadores formaron parte del debate social que, articulado en la Coalición por una Radiodifusión Democrática, generó el consenso para arribar al nuevo paradigma de la comunicación audiovisual. También estuvimos en las calles: no podemos olvidar, por ejemplo, la enorme columna de las universidades nacionales que en 2009 marchó para respaldar el proyecto de ley de Servicios Comunicación Audiovisual.

El mismo compromiso se plasmó en ámbitos de coordinación institucional. La Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la Argentina (REDCOM), de la que somos fundadores, expresó una y otra vez su compromiso con la nueva política de comunicación. En el mismo sentido actuamos el conjunto de las autoridades universitarias desde al Consejo Interuniversitario Nacional, defendiendo la ley de los ataques de las corporaciones.

Y más allá del respaldo en las aulas, en las calles y en ámbitos institucionales, nos hemos comprometido profundamente con el nuevo escenario que se proyecta. Tras la sanción de la ley, en 2010 la UNQ creó la Tecnicatura en Gestión de Medios Comunitarios, apuntado a fortalecer el sector sin fines de lucro que deberá ganar lugar en el espectro radioeléctrico, y en 2011, la Especialización en Comunicación Digital Audiovisual. Creamos también el Programa Transversal de Adaptación y Desarrollo de la Televisión Digital para asumir los desafíos que plantea esta nueva tecnología; nos sumamos activamente a los Polos Tecnológicos Audiovisuales y asumimos el desafío de construir y equipar, con apoyo del Gobierno nacional, nuestro estudio de producciones audiovisuales, y de proyectar el Canal de Televisión y la Radio de nuestra Universidad.

En el mismo sentido, instituimos el Premio "Nuevas Miradas" para reconocer los contenidos de la nueva televisión federal y antimonopólica. También fuimos la primera institución en firmar un convenio de cooperación con la flamante Defensoría del Público de la Comunicación Audiovisual, a pocas semanas de su creación en 2012. Un convenio que rindió como fruto inicial, la edición y publicación del primer libro donde se presenta la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, y especialistas en comunicación y medios comentan cada uno de sus artículos.

La ley sancionada en 2009 implica un nuevo paradigma: a diferencia del decreto de la dictadura que rigió a la radiodifusión durante años, concibe a la comunicación como un derecho humano, y no como un negocio para unos pocos. Conquistarla no fue fácil y la puja por su plena aplicación tampoco lo es. En definitiva, la disputa por la comunicación es una de las más determinantes en la adopción de los proyectos nacionales de nuestro país y de nuestra región. En este contexto la reciente decisión de la Corte Suprema de Justicia de la Nación Argentina de declarar constitucional y en plena vigencia la Ley Servicios de Comunicación Audiovisual, aunque muy demorada, se inscribe en este proceso de empoderar y otorgar derechos al pueblo y es una gran noticia para otros pueblos latinoamericanos que también están luchando por conseguir el avance que la Argentina ve ahora ratificado.

Las constituciones y las leyes son contratos sociales que no necesariamente aseguran que los beneficios que enuncian lleguen inmediatamente a todos los involucrados. Pero siempre nos indican caminos para lograr ese objetivo. Por lo mismo, la lucha por la democratización del acceso a la comunicación, o a la educación, no finaliza con la sanción de las normas que las regulan sino que debe ser realizada a partir de ellas con un compromiso continuo de los actores del sistema y de los ciudadanos. En definitiva, la ley 26.522, ofrece un marco para que existan más y

mejores medios de comunicación, que representen de una manera más abarcativa, federal y democrática las diferentes miradas de nuestro pueblo. Para que se vean reflejadas las diferentes identidades regionales, para que las realidades de nuestros jóvenes y adolescentes no se limiten a su criminalización, para que nuestra historia, nuestras actividades deportivas y nuestras diversas culturas sean parte del patrimonio audiovisual colectivo, en definitiva, para lograr estos objetivos, es imprescindible que la acción del Estado se oriente a sostener medios públicos y de las asociaciones sin fines de lucro, en particular en la implementación de nuevas tecnologías que permitan la transformación social y cultural que se pretende en el texto de la ley, y al mismo tiempo, es necesario que se posibilite una distribución más equitativa de la pauta publicitaria.

En este sentido, la producción televisiva, desde la época de la privatización de los canales de televisión durante la década del '90, aunque ha dado como resultado el surgimiento de productoras independientes de estándares internacionales, ha estado sometida a un proceso de concentración de la producción en pocas productoras de Capital Federal, donde se generan aproximadamente el 80 % de los contenidos ficcionales que se televisan en nuestro país y de los que se destinan a la exportación. Cabe mencionar que Argentina es el cuarto exportador de formatos televisivos del mundo, y que solo la inversión en pauta publicitaria que motoriza a la producción tanto de TV de aire como de cable fue de casi 6 mil millones de pesos para el año 2010, con un crecimiento interanual promedio de 40% con respecto al año 2009.

En este contexto, donde el Estado Nacional ha decidido sostener activamente el sistema de producción y emisión audiovisual, la democratización del sistema se jugará en la lucha por la distribución de la pauta publicitaria. Uno de los recursos de los poderes económicos que resisten el cambio ha sido la desinformación y la tergiversación de su contenido. De allí la utilidad de este material destinado a especialistas de la comunicación, organizaciones sociales y políticas, estudiantes, trabajadores y a los ciudadanos en general.

Nos enorgullece ser parte de esta iniciativa, porque entendemos que los avances en la ampliación de los derechos sociales en el marco de la comunicación audiovisual son completamente coherentes con el compromiso sostenido de nuestro pueblo para sostener una Universidad pública, inclusiva y democrática, en un país que hace más de 60 años estableció como derecho el acceso a la educación superior para todos sus habitantes y que en estos últimos 10 años está garantizando como nunca antes el proceso de inclusión educativa con calidad en el que estamos comprometidos.

Es como parte de ese compromiso que ahora presentamos esta herramienta para defender una conquista del pueblo argentino que garantiza más derechos, más inclusión, más democracia. Este segundo libro del Observatorio del Sector Audiovisual de la República Argentina se proyecta con estos objetivos, y con muchos deseos de fortalecer la reflexión crítica sobre los procesos específicos, para que ninguna política corporativa pueda hacer retroceder los derechos alcanzados.

Dr. Mario E. Lozano
Rector de la Universidad Nacional de Quilmes

Prólogo

Un aluvión audiovisual. La imagen más nítida de esta década ganada

Creo que lo más importante que hemos conquistado en esta última década es el regreso de la juventud a la participación en los ámbitos de toma de decisiones, eso nos habla del presente, pero en clave de futuro.

Soñar con diez años de crecimiento por delante es un sueño que hoy no parece delirio... delirar con que las utopías están un poquito más acá en cada paso, hoy resulta menos idealista. Y de esto se trata el camino del arte, de una búsqueda, en la que sueños, utopías, delirios, ideales, crean la magia, sobre la cual nuestro pueblo se emociona, llora, ríe y se entretiene.

Pero en estos diez años, esa búsqueda tuvo sus encuentros, y así las artes audiovisuales comienzan a migrar a industrias audiovisuales, y a los sueños le agregan un andamiaje de trabajadores registrados y a los delirios los acompañan con una nueva empresarialidad que impulsa la creatividad hacia modelos de negocios que le permitan ser, desde la genialidad, la punta de lanza de los nuevos lenguajes que conquistarán las múltiples plataformas.

Búsquedas y encuentros que se dan en un país que saliendo del infierno construye identidad, que se piensa latinoamericano, que se siente parte, que pelea por ser artífice del presente, desafiando a los agoreros del fin del trabajo y de la historia.

Argentina vive la mayor transformación de las comunicaciones de su historia, la era digital impone su lógica y la tecnología pretende ordenar la nueva realidad, la modernidad trata de convencernos de que es la dueña de lo que viene, mientras que las bases de un proyecto de sociedad con justicia social, independencia económica,

soberanía política e integración latinoamericana, toma cuerpo en un Estado presente, promotor del desarrollo, que fija reglas de juego y toma parte, a favor de las mayorías.

Y el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales va creciendo, de manera más federal, acompañando la formidable expansión del fomento a la cinematografía con la incorporación de las artes audiovisuales, fortaleciendo estrategias de circulación y exhibición de cine argentino, con políticas activas, con articulación con otras áreas del Estado que de manera complementaria abordan la realidad del sector desde diferentes aristas, construyendo los mejores escenarios para que los próximos diez años nos encuentren de pié, con una industria audiovisual en desarrollo, con realizadores pujantes, con grandes consensos adentro del campo nacional y popular sobre los tópicos que debemos consolidar en cada etapa, más organizados, mejor posicionados, con una visión global que nos permita una inserción internacional más que adecuada a nuestros intereses, trabajando juntos por el crecimiento del sector.

Y lo más difícil de enfrentar en estos diez años fue el escepticismo, la abulia y las ideas medulares que habían construido la imagen de la derrota, de que nos merecíamos las crisis, la desocupación, el fracaso, el recorte de salario, el no llegar a fin de mes.

En la construcción de esas ideas, tiene mucho que ver el lenguaje audiovisual, tiene mucho que ver el cine y la televisión, pero sobre todo, el entramado de intereses en el seno del cual ocurren.

Y la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual vino a persuadirnos de la necesidad de un nuevo paradigma, de recuperar soberanía también en este frente, porque con la vieja lógica, con las viejas ideas, es imposible construir un mundo nuevo, con lugar para todos y todas.

Y en ese camino estamos, sembrando mil flores, construyendo viabilidad al nuevo paradigma, centrado en el ejercicio de derechos, en el federalismo, en la libertad de expresión, en la diversidad y la pluralidad, dialogando con la realidad, generando ámbitos de encuentros para construir consensos y legitimidad, gestionando políticas públicas integrales, trabajando codo a codo con realizadores, militantes, técnicos, artistas, distribuidores, exhibidores, con sus organizaciones, sus cámaras, sindicatos y sociedades de gestión.

Porque la batalla cultural indica un momento de la historia en el cual las mayorías, asentadas en el conjunto de derechos conquistados, encuentran condiciones objetivas y subjetivas para profundizar, y allí tiene sentido la disputa por la producción y circulación de los bienes culturales.

Y esta década audiovisual kirchnerista ha permitido avanzar hasta este momento, que enfrentaremos con vocación democrática, con vocación de mayorías, por voluntad popular, por comprensión histórica y por decisión política!

Lucrecia Cardoso
Presidenta del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA)

Germán Calvi
Gerencia de Fomento a la Producción de Contenidos
para Televisión,Internet y Videojuegos (INCAA)

Equipo de trabajo del INCAA

Introducción

Desestabilizar el presente, alentar el futuro

Por Alejandra Pía Nicolosi

Este libro que desarrollamos en el marco del *Observatorio del Sector Audiovisual de la República Argentina* es fruto del trabajo colectivo - intenso y riguroso- de investigadores, realizadores y actores del sector público comprometidos con la comunicación como derecho inalienable y con la investigación académica como perspectiva política.

A diez años de gobierno *kirchnerista* (2003 - 2013) nos interrogamos sobre qué pasó con la televisión en dicho periodo y esbozamos como respuesta el propio título: *Democracia audiovisual y batalla cultural.* Estas concepciones expresadas en tanto esperanza, conquistas, desafíos y tensiones son brindadas al lector de manera transversal a partir de cuatro capítulos que vertebran el libro, y cuya médula es conformada por las políticas públicas nodales del periodo: la *Televisión Digital Abierta* y la *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*.

El Capítulo I *Tecnología y transformación sociocultural* ofrece diferentes lecturas sobre la televisión digital en su dimensión técnico-política, aporta datos concretos sobre la incidencia de la dimensión técnica en la producción y federalización de contenidos audiovisuales tanto documentales como ficcionales, e indaga sobre las transformaciones en Canal 7/TV Pública en tiempos de convergencia tecnológica. El Capítulo II *Sujetos e identidades en la escena audiovisual actual* busca dar cuenta de procesos de visibilidad, inclusión y nuevas miradas hacia actores sociales frecuentemente estigmatizados o excluidos de la pantalla chica (juventud, Malvinas, entre otros). El Capítulo III *Diversidad narrativa y narrar la diversidad* aborda la construcción de una televisión plural desde los contenidos, imaginarios y formas del narrar locales. Finalmente, el Capítulo IV *Las pantallas en la tv digital. Apertura y desafíos* aborda la reconfiguración de los espacios de circulación simbólica desde las nuevas pantallas digitales hasta las emisoras de baja potencia del conurbano bonaerense, pasando por el fortalecimiento del sistema de medios públicos.

La televisión en la década kirchnerista. Democracia audiovisual y batalla cultural busca ser una puerta de entrada para comprender un periodo clave en la historia de la comunicación audiovisual en Argentina. Un periodo en que el Estado reasumió la garantía de derechos ciudadanos y una nueva Ley de SCA como deuda histórica de la democracia. En este sentido, la televisión en la década *kirchnerista* no puede concebirse aislada de una política de la memoria que entiende que el pasado no está formado apenas por hechos sino también por tensiones y disputas que desestabilizan el presente y alientan el futuro[1]. La televisión, sacudida de su inercia en la década *kirchnerista*, renueva sus imágenes y batalla por nuevos sentidos sobre la nación, lo local, las identidades, la vida cotidiana.

[1]Walter Benjamin (1982), *Discursos interrumpidos I,* Trad. Jesus Aguirre, Madrid, Taurus.

CAPÍTULO I

Tecnología y transformación sociocultural

- **Televisión Digital Abierta en Argentina en debate.**
  Por Alfredo Alfonso

- **La televisión digital en Argentina a cuatro años de su puesta en marcha.**
  Por Néstor Daniel González y Cristian Caraballo

- **La ficción televisiva a partir de la Ley SCA. "Des-centrando" la producción y la empleabilidad técnica.**
  Por Alejandra Pía Nicolosi

- **De fierros e historias: Técnicos y tecnología en los documentales federales en la televisión digital argentina.**
  Por Luciana Cáceres y Carina Rodríguez

- **Presencia de la TV Pública argentina en internet**
  Por Adrián Maglieri

Televisión Digital Abierta en Argentina en debate

Por Alfredo Alfonso

Origen

Argentina ha desarrollado una historia tecnológica concentrada en la capital del país, Buenos Aires. Esto ha sucedido con el desarrollo de la telefonía fija, la radio y la televisión analógica como ejemplos evidentes. El proyecto TDA es el primero en romper esas lógicas y se ha pensado de modo federal (ver Mapa de medios antes de 2003. Pág. 28). Las clásica "mancha" de la televisión de los años '50 y '60 muestra una clara concentración que guarda relación a la riqueza de las provincias y a su despliegue demográfico. No ha sido así en esta oportunidad. Los casi sesenta años de vigencia de la televisión argentina se encontraban a fines de la primera década del siglo XXI aún con el 30 % de la población sin acceso tanto a las opciones de repetidoras de aire, o a las opciones pagas de cable o satélite.

De este modo, la situación planteaba que, en términos simbólicos, esa población había quedado aislada en un momento histórico cuyo principal recurso hacia el futuro es la acumulación de valor agregado tecnológico. La decisión, entonces, se situó en buscar alternativas para cubrir ese déficit y acortar la brecha digital y el analfabetismo simbólico.

La primera medida fue la creación de un canal del Ministerio de Educación de la Nación, llamado *Encuentro*, que garantizara convertirse en espejo por su calidad y originalidad, llevando como emblema a la diversidad. Para ello se convocó a Tristán Bauer, un cineasta reconocido con las causas por los Derechos Humanos de valiosa trayectoria.

El canal produjo el esperado salto de calidad con respecto al imaginario simbólico instalado sobre el modo de producir y ver televisión pública en nuestro país pero los contenidos no resolvían el problema de acceso de esos 4 millones de hogares.

El proyecto de TDA, denominado erróneamente TDT, estableció una serie de articulaciones estructurales que alcanzaron visibilidad en la multiplicación de 51 antenas repetidoras y difusoras en todas las provincias del país, la previsión de 21 más, en la creación de otras cinco señales del Estado nacional, alcanzando un total de siete sostenidas con administración pública. El proyecto se articuló también con un proyecto anterior, el del portal Educ.ar, y con la incorporación de una dinámica interactiva para poder desarrollar prácticas. A su vez, se destaca la decisión de permitir el acceso a todo el contenido en la web a través del portal de *Contenidos Digitales Abiertos* (CDA), y la posibilidad de bajar los contenidos de lo ciclos de televisión digitales educativos desde la página *Conectate* (ver Mapa de medios a partir de 2012. Pág.29).

De este modo, con más de tres millones de netbooks entregadas a estudiantes de enseñanza media pública, los soportes estructurales para visualizar TDA, el incremento en la calidad de los contenidos en los canales del Estado y la política de subsidios para el desarrollo de contenidos en las distintas regiones del país, se buscó establecer nuevos parámetros para la educación de la mirada.

Estas políticas no se desplegaron de modo aislado. Por primera vez en la historia de la macroregión, sudamérica y algunos países centroamericanos adoptaron la misma norma tecnológica. Esto permitirá quebrar el aislamiento de lectura de alteridad de las realidades latinoamericanas que la televisión comercial y las diversas normas analógicas nos impidieron. Vale recordar que, por ejemplo, en la década del '80, lograr visualizar en Argentina material audiovisual producido en Brasil o Chile era una verdadera odisea. Esta decisión de los países sudamericanos, con la excepción colombiana, permitirá multiplicar las redes de intercambio de material y nuestras realidades simbólicas van a dejar de estar establecidas por la agenda central, que prioriza catástrofes y crisis políticas, y reconocer la diversidad de tramas y colores que nuestras experiencias diversas reconocen.

Trayecto

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue un proyecto que empezó a tener un correlato posible a partir de la evidente ruptura que el gobierno de Néstor Kirchner establece con el Grupo de medios de mayor concentración de la Argentina, Clarín. Posteriormente a la firma del Decreto 527/05, en donde Kirchner estableció la prórroga por diez años de la vigencia de los plazos de las licencias para radio y televisión, el Grupo, a través de su Director General, Héctor Magnetto, continuó presionando al gobierno para la toma de decisiones. Esta situación llegó a su límite

cuando Clarín se negó a aceptar la candidatura de Cristina Fernández a la Presidencia de la República.

Esta situación evidenció una disputa por la conducción del futuro del país que tuvo en marzo de 2008[1], a tres meses de la asunción presidencial de Cristina Fernández, su primera gran disputa, la del conflicto con el sector agropecuario por la escala tributaria a la soja, que finalizó en julio con el quiebre del Vicepresidente de la Nación, Cobos, quien no acompañó la propuesta del Poder Ejecutivo que integraba.

A partir de esta derrota, el gobierno modificó su estrategia y comenzó a buscar consensos para poder contar con el marco legal que le pusiera límites al accionar de los grupos concentrados de la economía con expresión en conglomerados de medios de comunicación.

Debido a que el escenario en que se encontraba el gobierno era de fuerte debilidad simbólica y el imaginario social consideraba a las elecciones de medio término de 2009 como el principio del fin del proyecto kirchnerista, las acciones debían tener otro carácter que las desarrolladas hasta ese momento. Para proyectar la nueva ley de radiodifusión de la democracia el gobierno se rodeó de entidades y figuras con indiscutibles antecedentes, como las que componían la denominada Coalición por una Radiodifusión Democrática, que en su manifiesto de 21 puntos sintetizaba la lucha de 30 años de resistencia a la aplicación del decreto ley 22.285 del genocida Videla. También convocó a juristas y especialistas en derecho de la información muy prestigiosos, entre los que se encontraron Damián Loreti y Analía Eliades, que trabajaron durante muchos meses analizando leyes de distintas democracias europeas, de Estados Unidos y de otras experiencias, intentando presentar un proyecto lo suficientemente avalado.

Es así que, en marzo de 2009, el Poder Ejecutivo presenta la propuesta de proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Esta propuesta es acompañada por una estrategia de instalación en la opinión pública de todo el país en base a dos mecanismos: Foros y audiencias públicas. En este proceso de consulta ciudadana del proyecto de Ley, muchas de las intervenciones en los foros públicos fueron incorporados al proyecto que posteriormente se presentó en ambas cámaras y también el mismo esquema se desarrolló una vez presentado en los tratamientos

[1]En marzo de 2008, en el marco del desarrollo de Expoagro, la mayor exposición industrial de maquinaria agrícola del país, cuyos responsables son los grupos Clarín y La Nación, se acordó con los líderes de las entidades agrarias y los políticos de la oposición la estrategia a seguir en el conflicto.

de las comisiones, en donde se fueron incorporando sugerencias de legisladores de las distintas bancadas[2].

Esta serie de actos públicos que incluían audiencias en ambas cámaras, en donde el Proyecto de Ley se presentó el 27 de agosto, y llevaron a que siete meses después de ser presentada la propuesta de proyecto se aprobara la Ley de Servicios de Comunicación de la democracia con amplias mayorías y con la participación de la mayor cantidad de bloques legislativos de las leyes aprobadas en 10 años de gobierno kirchnerista[3]. Esto indica que el gobierno entendió claramente que se enfrentaba a un poder fáctico instalado: el de la concentración de medios y grandes capitales, entre los que se incluían el 18% del banco de inversión y calificación de riesgo Goldman Sachs[4] como parte del conglomerado Clarín, entre otros jugadores claves con enorme poder de intervención.

Desarrollo

La sanción de la Ley produjo intervenciones eufóricas del gobierno, que multiplicó su accionar en distintos frentes y generó un corriente de empatía significativa entre los sectores que durante décadas habían luchado por adoptar una norma democrática que rigiera los destinos de los medios audiovisuales y que, en muchos casos, suponían sólo de modo utópico esta posibilidad.

Entre los proyectos más entusiastas está la de distribución de decodificadores digitales que llevan insertos el *middleware* Ginga, la adaptación brasileña a la norma japonesa ISDB, entre los sectores de bajos recursos y los jubilados, considerados los más vulnerables con respecto a la transformación que implica la lógica digital. Este proyecto distribuyó más de un millón de aparatos, pero no logró desarrollar instancias de capacitación y asistencia que permitiese entender la importancia del alcance de la TDA y las capacidades interactivas futuras del formato adoptado.

Diversos sectores se beneficiaron de la sanción de la Ley. Uno de ellos fue el sector sindical, que pudo renovar y recuperar cientos de puestos de trabajo y empezar a cobrar el canon correspondiente. Otros sectores fueron los pueblos originarios, ya que

[2]La Ley reúne 109 notas de referencia con los autores de las incorporaciones.

[3]La Ley se aprobó con la votación en la Cámara de Diputados de 147 votos a favor, 3 en contra y una abstención y en la Cámara de Senadores con 44 votos a favor y 24 en contra, en la madrugada del 10 de octubre de 2009.

[4]Esas acciones en 2012 cambiaron de dueño luego de 13 años. Fueron tomadas por el empresario estadounidense Ralph Booth.

por primera vez pueden contar con reconocimiento oficial para sus radios y canales de televisión[5].

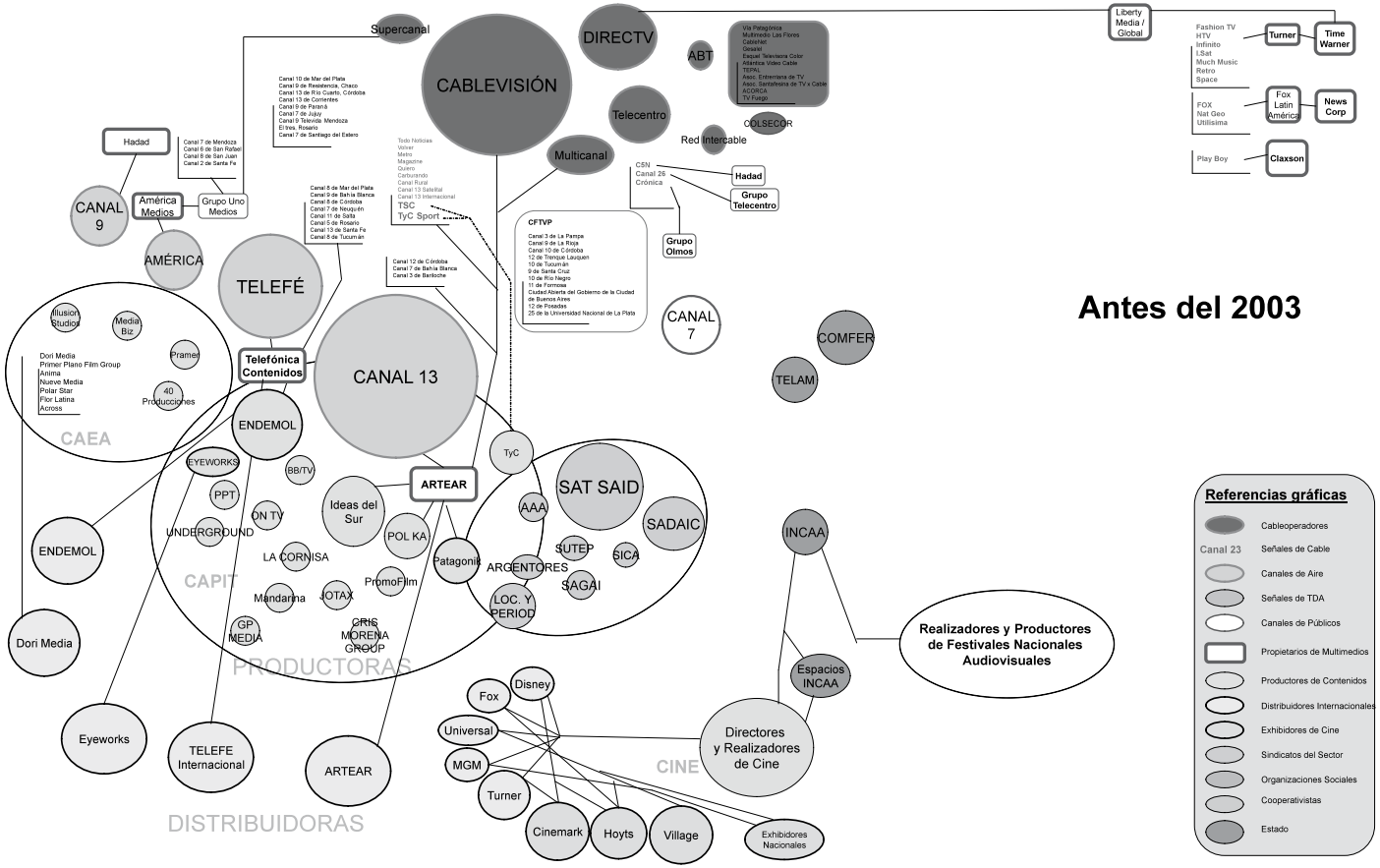
Pero sin dudas lo que generó más impacto en la aplicación de la Ley fueron las políticas de contenidos audiovisuales, que se desarrollaron a partir del Instituto de Cine, lo que significó también un cambio de mentalidad institucional en su relación con la televisión, ya que el INCAA creó un Plan Operativo de Promoción y Fomento de Contendidos Audiovisuales Digitales que permitió realizar convocatorias en años sucesivos y que posibilitaron la producción de más de 400 realizaciones que implicaron casi 500 horas de producción original televisiva en dos años, cifra récord de inversión estatal en todo el planeta. Estos subsidios, que tuvieron una lógica de distribución a partir de considerar el país en 7 regiones (NOA; NEA; Nuevo Cuyo; Centro Norte; Sur; Provincia de Buenos Aires y AMBA) permitieron modificar la concepción laboral de distintos sectores, como la creación de cooperativas de trabajo audiovisual, y de recuperar oficios olvidados en las provincias alejadas de la Capital Federal como los que se desarrollan en la escenografía, fotografía, vestuario e, incluso, en la actuación. Este cambio sobre las expectativas profesionales y disciplinares y la recuperación por la vocación perdida también permiten un crecimiento económico del sector de las industrias culturales regionales y la narración de la propia historia sin lecturas etnocéntricas.

Financiamiento

La inversión publicitaria y el pago por servicio son los instrumentos que sostienen o acompañan el funcionamiento de los medios de comunicación y en este sentido hay un volumen de publicidad que las empresas gastan por año para promocionar sus productos. Esta dimensión no se modifica por un cambio legal estructural o una decisión política. Tiene la dimensión de la escala posible en relación a la cantidad de productos y la capacidad de difusión de esos productos que ofrece cada país. En el caso de Argentina, esa dimensión está en una escala media, es decir no es Brasil ni China, pero tampoco un país débil. En el caso del pago de televisión por cable es el más rentable de América Latina. En este sentido, la redistribución de canales y empresas de medios que la adaptación a la Ley del grupo Clarín que la norma establece es directamente proporcional a las posibilidades de sostén del modelo diseñado por el resto de la ley. Esto quiere decir que si no se modifican las casi 300 señales con

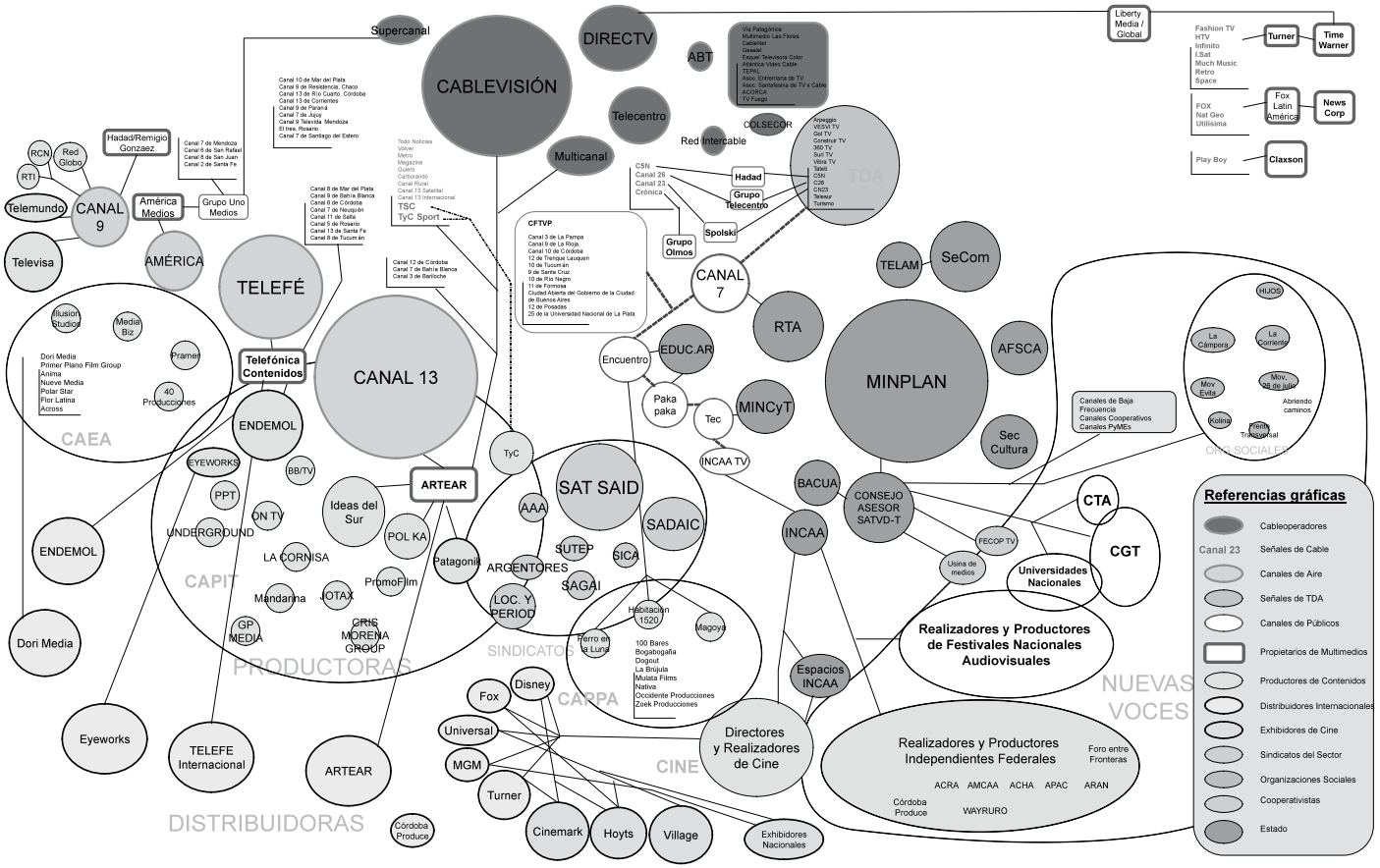
[5]El 7 de diciembre de 2012 comenzó a emitir Wall Kintun TV, el primer canal Mapuche de Argentina en la ciudad de Bariloche.

Gráfico 1. Mapa de medios antes de 2003



Fuente: Gerencia de Fomento a la Producción de Contenidos para Televisión, Internet y Videojuegos, INCAA

Imagen 2. Mapa de medios. 2012



Fuente: Gerencia de Fomento a la Producción de Contenidos para Televisión, Internet y Videojuegos. INCAA

situación de predominio en la audiencia y, en consecuencia, del mercado publicitario, no hay modo posible de sostener el proyecto que la Ley enuncia[6].

Las empresas oligopólicas de cualquier tipo con situación de privilegio en el mercado van a condicionar a nuevos jugadores en la disputa por esos recursos potenciando las posibilidades al brindar opciones multimediales y de diversidad regional en su oferta. A su vez, la audiencia, educada al consumo de determinadas características de la programación, no transforma su interés de modo abrupto ni en un carácter masivo. Los tiempos para esos cambios son mucho más largos. Entonces, si se conserva la preponderancia de audiencia es natural que las empresas que deseen promocionar sus productos lo sigan haciendo allí y que los usuarios/clientes de la televisión paga sigan eligiendo los mismos proveedores. Es iluso o malintencionado insistir en la idea que el gobierno no hizo nada o muy poco por la Ley en cuatro años y enfatizar en la distribución de licencias para el sector de las organizaciones sin fines de lucro, cuando esa exigencia, en el sentido que la Ley estuvo pensada, se asocia a la aplicación plena. Y acentuamos que si el gobierno hubiese considerado ser el único sostén económico de las cientos de señales comunitarias no tendría otra opción, en definitiva, que intervenir los medios audiovisuales privados que no reconocieron la ley durante ese lapso.

Conclusiones

Lo que nunca imaginó el Poder Ejecutivo, ejercido por Cristina Fernández de Kirchner[7], es que otro poder del Estado se iba a enfrentar durante cuatro años a los dos poderes que habían acordado la sanción de esta Ley, que conllevaba una deuda de 30 años con la democracia argentina. Las audiencias públicas convocadas por la Corte Suprema de Justicia de la Nación y su posterior fallo sobre la plena constitucionalidad de la Ley comprueban que se trató de un desatino[8] con la excepción del fallo de primera instancia.

Por eso consideramos que dentro de las posibilidades que la nueva ley ofrece se produjeron transformaciones sustanciales, pero la distribución de licencias para el

[6]Las veinte productoras de televisión más importantes del país producen el 39% del mercado de contenidos.

[7]Cristina Fernández, apenas tres meses antes de la aprobación de la LSCA, había perdido su única elección en la Provincia de Buenos Aires en diez años de gestión kirchnerista. La segunda fue en las elecciones del 27 de octubre de 2013.

[8]La justicia argentina permitió que durante tres años la LSCA estuviera detenida en su aplicación plena por distintas medidas cautelares que beneficiaron la posición del Grupo Clarín.

33% del espectro implica comprometerse seriamente con el sostén económico posible para garantizar su funcionamiento y su continuidad[9].

Cabe recordar que este escenario se da en un mundo hiper-globalizado y con la crisis económica más significativa de los últimos ochenta años en Europa y Estados Unidos. De allí que la serie de políticas que hemos comentado, y que articulan con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, como la instalación de antenas repetidoras de TDA, el despliegue de cable de fibra óptica en todo el territorio nacional, la entrega de tres millones de netbooks a estudiantes de escuela media; las más de 500 horas de producciones desarrolladas a partir del Plan de fomento del INCAA y la creación de canales de televisión para TDA, entre otras políticas, así como la conformación de la Defensoría del Público que en cuyo primer aniversario proveyó un balance notable de audiencias públicas, evaluación de contendidos denunciados y un informe de investigación sobre los contenidos temáticos en los noticieros televisivos nacionales[10].

La LSCA también se constituyó en una referencia para otras normas de carácter similar adoptados en países latinoamericanos como Uruguay y Ecuador[11].

Por último, consideramos que en la concepción crítica que predomina sobre la aplicación de la Ley está presente cierto rasgo neocolonial, en el sentido que se valoran de modo acentuado las posibilidades que ofrecen en Europa o Estados Unidos algunos gobiernos o modelos estatales de intervención específica, en desmedro de las opciones latinoamericanas.

Lo que nos interesa señalar es que la tendencia natural es sospechar sobre los procesos de apropiación de capital simbólico que se proponen en nuestra región, en sentido opuesto de aquello que se valoriza a ultranza de otras regiones del mundo, en un giro que a su vez disimula las dificultades y limitaciones de los gobiernos de esas regiones mientras esas prácticas se desarrollan.

---

[9]La única ley vetada por el Poder Ejecutivo Nacional en el periodo 2007-2011 fue la ley de movilidad jubilatoria del 82%, debido a que no se podía garantizar su sostén económico en el transcurso del tiempo en la situación actual de la Argentina y se continuó con los incrementos semestrales para el sector según los índices de recaudación tributaria (a la fecha este tipo de ajuste representa el 75% de la cifra salarial que cobran los trabajadores en activo).

[10]En este informe se demuestra que el 27% de la información de los noticieros se concentra en temáticas policiales y de inseguridad, mientas que sólo el 0,1% lo hacen en Educación y el 0,2% en Derechos Humanos, como cifras que contrastan de modo evidente.

[11]En este informe se demuestra que el 27% de la información de los noticieros se concentra en temáticas policiales y de inseguridad, mientas que sólo el 0,1% lo hacen en Educación y el 0,2% en Derechos Humanos, como cifras que contrastan de modo evidente.

Sin embargo, pese a esas lecturas teñidas de posicionamiento independiente, son muchos los sectores involucrados que lucharon y lucharán sin duda por la plena aplicación de la Ley.

Bibliografía

- Baranchuk, Mariana (2001), *Ley 26.522 de Servicios de comunicación audiovisual. Historia, antecedentes europeos y principales artículos,* Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- Bolaño, César y Brittos, Valerio (2007), *A televisão brasileira na era digital*, San Pablo Paulus.
- Consejo Asesor del Satvd-T (2009), *Manual operativo para la implementación del Plan de acceso a la televisión digital abierta satelital "Mi TV digital satelital"*, Documento N°2.
- Gómez Germano, Gustavo (2007), *La radio y la televisión en la era digital*, Adenauer Siftung, Konrad.
- Gómez, Lía (Comp.) (2012), *Construyendo historia. Ver para creer en la Televisión*, La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Nemirovsci, Osvaldo (2011), *El desafío digital en la televisión argentina*: *comunicación, conflictos y dilemas,* Buenos Aires, Editorial EDUNTREF.
- Plan de desarrollo de capacidades en TDT (2012), Ecuador 2012, CITDT – Grupo I+D+i, Quito.
- Sel, Susana (2010), "Disputas por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina", *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*, Sel, Susana (Coord.), Buenos Aires, CLACSO, pp. 183-209.
- Sosa Plata, Gabriel (2011), "TV digital en México: un primer balance", *El Universal*, México, 6 de febrero de 2011.

La televisión digital en Argentina a cuatro años de puesta su en marcha

Por Néstor Daniel González y Cristian Caraballo

Resulta complejo precisar cuántos años llevó la implementación masiva de la televisión argentina a partir de 1951. Pero al menos, una década y media. En el año de la primera transmisión había en el país 2500 televisores que se convirtieron en 7000, un año más tarde. Pero hacia finales de la década del 60, con la llegada de la transmisión satelital y la transmisión de la misión espacial a la luna, ya se contaban con 1.900.000 artefactos. Es decir, casi dos décadas después. U observemos la masificación de la televisión por cable. Desde los años ochenta estaba presente en varias ciudades del interior y luego de varias estrategias en los noventa llegó a nacionalizarse hasta convertir su penetración en uno de los principales países del mundo, con más del 80% de los hogares.

Sin embargo, la tensión que conlleva la implementación de la televisión digital terrestre en Argentina de manera contemporánea a la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su cambio de paradigma, hace que cada intento de profundización se encuentre atravesado por los intereses económicos de quienes poseen el control hegemónico del sector de cable operadores y sus aliados en los ejes político y económico.

Durante 2013, la televisión digital terrestre en Argentina alcanzó su cuarto año de implementación, es decir, casi la mitad del tiempo planificado por el Decreto 1148/09, a fin de realizar el proceso de transición de la televisión analógica al sistema argentino de televisión digital terrestre (SATVD-T) hasta su definitivo apagón en el año 2019.

Por entonces, el Gobierno Nacional focalizó en la idea de que el acceso a las nuevas tecnologías, a la información y a las comunicaciones es un Derecho Humano. Y

para garantizarlo, puso en marcha una serie de políticas públicas con el objetivo de posibilitar dicho acceso a todos los habitantes de la República Argentina.

Una de las más importantes es establecer que por vía de la TV Digital Abierta (TDA) se garantiza el acceso universal a la televisión de aire de modo gratuito.

En el mismo decreto (1148/2009) se crea el Consejo Asesor para la SATVD-T, Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre. Este Consejo tiene como finalidad el cumplimiento de los objetivos de la SATVD-T[1]:

- Promover la inclusión social, la diversidad cultural y el idioma del país a través del acceso a la tecnología digital, así como la democratización de la información.
- Facilitar la creación de una red universal de educación a distancia.
- Estimular la investigación y el desarrollo, así como fomentar la expansión de las tecnologías e industrias de la República Argentina relacionadas con la información y comunicación.
- Planificar la transición de la televisión analógica a la digital con el fin de garantizar la adhesión progresiva y gratuita de todos los usuarios.
- Optimizar el uso del espectro radioeléctrico.
- Contribuir a la convergencia tecnológica.
- Mejorar la calidad de audio, video y servicios.
- Alentar a la industria local en la producción de instrumentos y servicios digitales.
- Promover la creación de puestos de trabajo y la capacitación de los trabajadores en la industria tecnológica.

De un sistema a otro, de lo analógico a lo digital

Es necesario marcar la importancia de estos cambios, del sistema analógico al sistema digital. En principio, la televisión digital tiene un mayor y mejor aprovechamiento de la banda ancha. En el caso de la televisión analógica, por cada canal UHF puede transmitir un programa, y los canales que le sobran, deben ser utilizados para evitar interferencias. Pero en el caso de la televisión digital se pueden transmitir más programas con una calidad DVD o hasta dos con calidad HD (alta definición) o cuatro de calidad SD (estándar definición). Asimismo, reserva un segmento para la emisión de un canal

[1]Decreto 1148/2009

destinado a los dispositivos móviles. El mejor aprovechamiento de banda ancha permite otra diferencia importante entre estas maneras de transmitir televisión, un mayor límite de calidad de imagen y sonido. Por una parte, porque la digitalización permite que para emitir se combinen potentes métodos de codificación, junto con el entrelazado para una mejor corrección de errores en el receptor. Y por otro lado, a velocidad de transmisión le permite transmitir de mejor manera en entornos urbanos. Pero el mayor impacto en el uso de la Televisión Digital se traduce en que en los mismos 8 Mhz de un canal UHF se pueden transmitir varios programas de televisión digital con el consiguiente incremento en la oferta audiovisual.

Otra diferencia importante entre estos sistemas de transmisión es la posibilidad de ofrecer servicios adicionales. Dentro del ancho de banda que le corresponde puede, cada operador, ofrecer flujos de videos, audios o datos. Es decir, que ahora la televisión puede brindar, por ejemplo, subtítulos en varios idiomas a elección, estadísticas, información del programa, métodos de interactividad con los espectadores, etcétera.

Entre lo político y lo tecnológico

Más allá de que en el año 1998, el presidente Carlos Menem alineado en el contexto de las relaciones carnales con Estados Unidos aceptó utilizar la norma ATSC desarrollada en dicho país, el 28 de agosto de 2009 la presidenta Cristina Fernández de Kirchner en la cumbre de la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR) desarrollada en la ciudad de Bariloche, anunció que el país adoptaría la norma nipobrasilera ISDB-T.

Independientemente de que por entonces se hicieron presentes lobbies por el sistema europeo (DVB, Digital Video Broadcasting), que por entonces se aplicaba en los países que integran la Unión Europea y Uruguay (este último luego re adoptó la norma japonesa); el estadounidense (ATSC, Advanced Television System Comitee), en EEUU, Canadá, Corea del Sur y México, y el japonés (ISDB, Integrated Services Digital Broadcasting), que se aplica en Japón y, que con una versión modificada en Brasil tomó protagonismo en casi todos los países de América Latina.

Entre los antecedentes que respaldan dicha decisión, el 8 de septiembre de 2008 se suscribió la Declaración Conjunta entre la República Federativa del Brasil y Argentina, que instruyó a los ministros de comunicaciones de dichos países para que mantengan reuniones regulares con el objetivo de intercambiar informaciones técnicas e institucionales que exploren las oportunidades de una sociedad mutuamente ventajosa para ambos países asociadas al área de la televisión digital.

En aquel acto de 2009, presidido por los mandatarios Cristina Fernández de Kirchner y Luis Ignacio "Lula" da Silva, la presidenta argentina manifestó: "Es una inmensa satisfacción saber que el gobierno de Argentina decidió optar por la norma que aporta un componente tecnológico fundamental para la alianza entre nuestros países" y el Presidente brasileño dijo*:* "Adoptar un sistema de tv digital en común permite sembrar la semilla de un polo tecnológico regional".

Más allá de este explícito respaldo al desarrollo político regional para adopción de la norma, otros dos elementos fueron importantes. Por un lado, que Japón aportará tecnología y no cobrará regalías por este trabajo en conjunto y que la norma ISDBT muestra especiales beneficios para la interactividad, elemento fundamental para el desarrollo de políticas educativas y gobierno digital.

Proceso de implementación

De la puesta en marcha de la transición de la televisión analógica al sistema argentino de televisión digital terrestre, el Consejo Asesor de TV Digital desarrolló un documento que incluye un Plan Estratégico que contempla seis ejes de acción. Los mismos, contemplan alcances tanto para políticas del Estado como así también organizaciones productivas, sociales, sindicales y universitarias, organizados en Transmisión, Recepción, Promoción de contenidos, Producción nacional y generación de empleo, Desarrollo científico y formación de recursos humanos, y Normas y derecho digital.

Transmisión y Cobertura

En primer lugar, es oportuno mencionar que una de las primeras acciones desarrolladas para la implementación fue la donación por parte del Estado japonés del equipo de transmisión, y en el año 2010 el Estado declaró de interés público a la Plataforma Nacional de Televisión Digital Terrestre y designó a la empresa AR-SAT como responsable de garantizar el transporte de señales.

Asimismo, para garantizar la cobertura, el plan operativo incluye la instalación de antenas transmisoras.

En febrero de 2013, el ministro de Planificación, Julio De Vido, informó que la cobertura de la TV Digital Abierta llegó al 82 % de la población y anticipó que para fines del 2014 próximo será del 96 %.

A octubre de 2013, se cuentan con 69 antenas transmisoras instaladas. En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires son dos: en el **Ministerio de Obras Públicas** (MOP) y

en Edificio ALAS. En Buenos Aires son 26: Villa Martelli, La Plata, Campana, Baradero, Cañuelas, Pinamar, San Clemente del Tuyú, Coronel Suárez, Mar del Plata, Luján, San Nicolás, Dolores, Necochea, Olavarría, Chascomús, Las Flores, Navarro, Brandsen, Azul, Arrecifes, Trenque Lauquen, La Matanza, Chivilcoy y San Miguel del Monte.

En Salta una: Ciudad de Salta, en Chaco dos: Resistencia y Villa Ángela; en Jujuy una: San Salvador de Jujuy; en Formosa una: Formosa; en Córdoba cuatro: Córdoba, Villa María, Leones, Villa Dolores; en La Rioja una: La Rioja; en San Juan dos: San Juan, Jachal; en Río Negro dos: San Carlos de Bariloche y Viedma; en Tucumán una: San Miguel de Tucumán; en Entre Ríos una: Paraná; en Misiones una: Posadas; en Santa Cruz son seis: Río Gallegos, Comandante Luis Piedra Buena, Puerto Deseado, Puerto San Julián, Pico Truncado y Río Turbio; en Santa Fe son seis: Villa Gobernador Gálvez, Santo Tomé, Cañada De Gómez, Rafaela, Frontera y Ceres; en Santiago del Estero son dos: Santiago del Estero y Añatuya; en La Pampa una: Santa Rosa; en San Luis una: San Luis; en Mendoza tres: Mendoza (Cerro Arco), Gral. Alvear y San Rafael; en Catamarca una: Catamarca; en Corrientes una: Santo Tomé; en Chubut tres: Comodoro Rivadavia, Rawson y Trelew; en Neuquén una: Neuquén y en Tierra del Fuego una: Ushuaia.

Más allá de este despliegue, las tensiones que despierta la transformación tecnológica generaron intervenciones políticas en el proceso de implementación. Uno de los ejemplos es que, alegando problemas de impacto ambiental, en enero de 2013, el gobernador de la Provincia de Córdoba José Manuel De la Sota ordenó la clausura de antenas de TDA en esa provincia, lo que excluiría del sistema a miles de ciudadanos cordobeses. Además, esta medida afecta gravemente a las Universidades Nacionales y otras productoras de contenidos que, al impedir los recursos tecnológicos para su emisión, no pueden hacer uso efectivo de las señales asignadas bajo su titularidad por el Gobierno Nacional.

Recepción

Sin lugar a dudas, la penetración del sistema televisivo digital depende de las posibilidades reales de recibir las señales digitales de acuerdo al parque tecnológico de televisores que existen en el país.

Si consideramos que la transición tecnológica debiera estar acompañada por una renovación automática de los aparatos receptores a través el propio financiamiento de la sociedad, sería imposible establecer cuanto tiempo llevara dicha transición. En consecuencia, el Estado implementó dos políticas: una, permitiendo la posibilidad de

que cualquier hogar pueda tener acceso a la TDA sin la necesidad de cambiar sus televisores; y la otra, promoviendo el desarrollo industrial de fabricación de televisores con el receptor integrado.

Esta política se llevó adelante a través del *Plan Mi Tv Digital*. El objetivo del Plan es brindar acceso al equipamiento de recepción mediante un decodificador y antena externos que recibe la señal digital y la convierte en analógica para poder utilizar dichos televisores. Este plan está dirigido a todos los ciudadanos que se encuentren en riesgo de exclusión digital. En consecuencia, todos los ciudadanos beneficiarios de la asignación universal por hijo.

Los destinatarios del *Plan Operativo de Acceso al Equipamiento para la Recepción de la Televisión Digital Terrestre* son:

- Establecimientos estatales y Organizaciones sociales que tengan por finalidad desarrollo de actividades sociales, culturales, educativas y/o de promoción de contenidos audiovisuales.
- Hogares: titulares de alguna de las siguientes condiciones: Pensiones no contributivas como la pensión a la vejez, la Asignación Universal por Hijo, las Jubilaciones y/o pensiones con haberes mínimos nacionales y/o provinciales. Asimismo, quienes perciban Planes y/o Programas sociales a nivel nacional, provincial o local contemplados en alguno de los padrones de los organismos gubernamentales.

Según datos oficiales, en julio de 2013, el Estado lleva entregadas más de 1.200.000 decodificadores.

Contenidos

Considerando el desarrollo sostenido de contenidos para las pantallas que actualmente están en el aire como así también las que se encuentran próximas a inaugurar, el Estado puso en marcha un conjunto de iniciativas para la promoción y producción de contenidos que no solo alimenten esas pantallas y las por venir, sino esencialmente la articulación de capacidades productivas que con distintas identidades puedan construir un panorama federal que también dispute el actual escenario de concentración en la producción de contenidos en productoras y canales que se encuentran en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) puso en marcha un *Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para*

Televisión Digital. De igual modo, el Consejo Interuniversitario Nacional se sumó mediante concursos abiertos para series para televisión digital de alta calidad, adquisición de derechos de obras audiovisuales y la puesta en marcha de una *Plataforma Nacional Audiovisual Universitaria* para nutrir de contenidos al sistema universitario.

Por otro lado, el Ministerio de Planificación Federal creó el *Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos* para la producción nacional de contenidos para la TDA. Es a través de este programa que el país se divide en nueve regiones, con el fin de armar un sistema federal en red. A continuación, la división de antenas transmisoras en estas regiones:

El Polo Centro es integrado por las provincias de Córdoba, San Luis y La Pampa; el Polo Cuyo por San Juan, Mendoza y La Rioja; el Polo Litoral por Entre Ríos y Santa Fe; el Polo Metropolitano por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Conurbano Bonaerense; el Polo NEA por Misiones, Formosa, Chaco y Corrientes; el Polo NOA por Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero y Catamarca; el Polo Patagonia Norte por Neuquén y Río Negro; el Polo Patagonia Sur por Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego; y el Polo Provincia de Buenos Aires por las localidades de la Provincia de Bs. As.

En definitiva, la política de fomento arrojó un resultado de 400 obras financiadas por el Estado, 1126 horas de nuevos contenidos televisivos y 19 series del Plan de Fomento vendidas al exterior.

Por otro lado la AFSCA puso en marcha el *Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual* (FOMECA), que en la primera oportunidad fue de 3 millones de pesos. Del concurso fueron seleccionadas 23 radios comunitarias y de pueblos originarios de todo el país, y se presentó la segunda convocatoria con un financiamiento de un millón y medio de pesos. El fondo debe implementarse tanto para radio como para televisión de manera sostenida.

Canales

La Televisión Digital Abierta cuenta en la actualidad con 18 canales nacionales:

- 360 TV, canal de contenidos generales
- C5N, canal periodístico
- Telesur, canal informativo latinoamericano
- Viajar, canal de difusión de actividad turística de la Argentina
- DeporTV, canal de deportes
- Vivra, canal musical

- ARPEGGIO TV, canal musical
- SuriTV, canal de contenidos generales, agrupando distintos países de Latinoamérica
- CN23, canal periodístico
- PAKA PAKA, canal infantil
- INCAA TV, canal de películas
- TATETI, canal infantil
- TECNOPOLIS TV, canal informativo relacionado con la ciencia y la tecnología
- TV Pública, canal de contenidos generales
- Construir TV, canal temático dedicado al trabajo
- Encuentro, canal educativo
- ACUA Federal, canal de contenidos generales
- ACUA Mayor, canal de contenidos generales para adultos mayores

Asimismo cuenta con catorce canales locales de contenido general:

- Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Área Metropolitana de Buenos Aires:
  - Canal 26 (canal periodístico)
  - Stars HD, videoclips musicales y trailers de películas estreno, cortometrajes de animación y novedades tecnológicas.
  - Canal 9
  - América
  - A24 (canal periodístico)
- Córdoba y Gran Córdoba:
  - cba24 (canal periodístico)
  - Canal 10
- Resto del país:
  - Lapacho LT 88 Canal 11 Formosa
  - Canal 12 LT 85 sólo posadas
  - Canal 3 LU 89 - Santa Rosa
  - TV Universidad La Plata y Gran La Plata
  - Canal 5 Rosario y Gran Rosario
  - Canal 9 Radio y Televisión Riojana Solo La Rioja
  - Señal U. Canal de la Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza.

Asimismo, más de diez universidades nacionales cuentan con trámites en marcha de solicitud de las licencias reservadas por la Resolución 687/11 de la AFSCA.

Por otro lado, y con el objetivo de democratizar el acceso a los contenidos se creó el *Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino* (BACUA). Se trata de una red digitalizada de fácil acceso, conformada por el material que aportan los diferentes actores del ámbito audiovisual local y regional. El BACUA 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 al *Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino* con el fin de ser distribuidos del mismo modo a los canales de televisión de todo el país. Asimismo, todos los contenidos que resultan de los distintos programas de promoción y fomento de contenidos, pasan a integrar el BACUA y sede sus derechos a todas las señales adherentes, tanto públicos, privados y sin fines de lucro.

Hasta 2013, el BACUA ha distribuido 2500 horas entre los canales, de las cuales 1000 horas ya fueron emitidas en señales como Canal 10 Córdoba, Canal 12 Trenque Lauquen, TV Pública, COLSECOR, CN23, 360 TV, Canal 10 Río Negro, ENCUENTRO, TEC TV, Canal 11 Formosa, Canal 7 Chubut, Canal 11 Ushuaia, Canal 12 Misiones, Canal 56 UNLP, Canal 13 Río Grande, Canal 10 Tucumán, CANAL 4 Mar de Ajó, Canal 9 La Rioja, Canal 3 La Pampa, CONSTRUIR TV, Canal 9 Mendoza, Canal 9 LS 83 TV, etc.

Desarrollo tecnológico e industrial

En materia de desarrollo industrial, el Ministerio de Industria de la Nación incluyó el rubro de las telecomunicaciones en el llamado "Régimen Industrial de Tierra del Fuego" que cuenta con beneficios impositivos para las empresas que allí se asientan. El régimen, entre 2009 y 2012 triplicó el empleo y su derrame sobre la isla (Casi 11000 empleados), y la producción principal de es de LCD's, celulares, microondas, laptops y aires acondicionados.

Esa producción se busca relacionarla con la televisión digital. La Ministro Débora Giorgi adelantó que todos los televisores producidos en Tierra del Fuego tendrán un decodificador integrado y estandarizado.

"Se viene la profundización de la TV digital, ahora con interactividad con el usuario" aseguró la titular de Industria, y explicó que se elaborará una nueva normativa que regirá el proceso productivo tecnológico de decodificadores en la isla. En este contexto, el ministerio celebró la firma de convenios con empresas del sector como Telecom-Personal, Movistar y Claro que anunciaron que ofrecerán el año próximo más de 2 millones de celulares del tipo smartphone con Televisión Digital.

Asimismo, y en materia de formación de recursos humanos, más de 450 jóvenes emprendedores fueron elegidos para recibir el respaldo financiero de Capital Semilla. Esta convocatoria estuvo destinada a proyectos de la industria manufacturera, servicios industriales y lo que hace a las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), contempló préstamos por un total de $20 millones para financiar hasta $70.000.

Interactividad

En el marco de las innovaciones tecnológicas que trae la Televisión Digital encontramos la posibilidad de contar con la interactividad. En el caso del sistema Brasileño de TV Digital, más precisamente en la Pontificia Universidad Católica (PUC) de **Rio de Janeiro en Brasil,** nació Ginga, el Middleware abierto del Sistema Brasileño de TV Digital. El nombre lo recibió de la capoeira, que es una forma de lucha por la libertad y la igualdad. Su concepción está enfocada en el acceso a la información, educación a distancia y servicios sociales. Es un software libre, lo que determina el deseo de compartir el conocimiento, que todos puedan producir contenido interactivo.

"Ginga es una especificación abierta, de fácil aprendizaje y libre de royalties, permitiendo que todos produzcan contenido interactivo, lo que dará un nuevo impulso a las TVs comunitarias y a la producción de contenido por las grandes emisoras"[2].

En Argentina, Ginga.com.ar, es desarrollada en el Laboratorio de investigación y Formación en Informática Avanzada (LIFIA) de la Universidad Nacional de la Plata. Viene instalado en los Set Top Boxes comerciales diseñados y producidos en Argentina que distribuye el Estado Nacional para la recepción de la TDA. Muchas aplicaciones han sido desarrolladas por el laboratorio que se manejan a través del control remoto permitiendo navegar en los contenidos que entreguen información extra. Algunas de las aplicaciones disponibles para utilizar son *Info Salud*, realizado para el canal de la UNLP, *Cocineros Argentinos* por la Televisión Pública y en estado de

[2]Ginga <http://www.ginga.org.ar/quees.html> consultado el 20 de noviembre de 2013.

proyectos los ciclos *Arqueología urbana* (Canal Encuentro junto a la Universidad de Tres de Febrero) y *Copa América*[3].

Aun cuando la interactividad genera muchas expectativas sobre nuevos formatos y modelos televisivos, es uno de los estadios más demorados del proceso de implementación de la televisión digital. Sin embargo, la aparición paulatina de señales universitarias generará condiciones para su desarrollo a partir de considerar a la televisión interactiva como una herramienta importante para procesos educativos, de servicios y de gobierno digital.

Desafíos a seis años del apagón

El mismo decreto que puso en marcha la transición tecnológica hacia la digitalización, fijó el año 2019 como fecha límite para el apagón analógico.

Dicho proceso no es solo responsabilidad del Estado, sino también del sector privado, que en Argentina representa el sector más dinámico de la televisión a lo largo de la historia. La contemporaneidad de la puesta en marcha de la digitalización con la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual generó tensiones que desbalancearon las prioridades de los sectores públicos y privados.

Por otro lado, la situación argentina que mantiene una penetración de la televisión por cable de las más importantes del mundo retiene el desarrollo de la implementación hasta que las elites de cableoperadores consideren un escenario más óptimo para sus planes de negocios y condiciones de inversión. Es por ello que el sistema argentino de televisión digital deba pensar estrategias que incluyan a la industria del cable, tanto al grupo Cablevisión que concentra la mayor parte del mercado (y que debe adaptarse a la ley luego de resuelto el trámite judicial), como a los más de setecientos cable operadores, muchos de ellos cooperativos, del interior del país.

Por último, es importante que el Estado consolide el complejo proceso de elaboración del plan técnico que permita administrar el espectro radioeléctrico y divida el mismo en partes iguales para los medios comerciales, públicos y sin fines de lucro. Por tres décadas, el Estado desatendió la administración del espectro y permitió todo tipo de abusos y ocupaciones sin olvidar la aparición de los medios comunitarios hacia la década de 1980 que fueron empujados a la clandestinidad legal. Desde abril de 2013, la AFSCA comenzó una serie de estudios junto a un instituto de investigación

[3]http://tvd.lifia.info.unlp.edu.ar/backend/documentacion/ryf-docs2.pdf>, consultado el 20 de noviembre de 2013.

brasileño (CPQD) que elabora instrumentos de medición para la Agencia Nacional de Telecomunicaciones de ese país (Anatel). En 2014, comenzará la elaboración del plan técnico en Argentina, no sólo con equipamiento de medición de ondas sino también construyendo una base de datos compuesta por los permisos de operación de licencias, los permisos precarios y provisorios, y el censo de medios realizado entre 2011 y 2012.

Hacia el 2019, Argentina debe tomar nota de los resultados de países que se adelantaron al apagón. Estados Unidos dejó más de dos millones de hogares sin televisión cuando apagó las señales analógicas y México, que comenzó un plan escalonado de zonas del país, dejó muchos hogares sin servicio en Tijuana.

Hasta el momento, la transición resulta activa principalmente promovida por el Estado. Hacia los próximos seis años debe consolidar su camino con el mismo espíritu de integración. Por un lado, fomentar la inversión del sector privado, motivar la inclusión de nuevos actores al mercado y la penetración de la televisión digital en los hogares.

Por ahora, el crecimiento de los canales universitarios está siendo respaldado por el presupuesto del sistema y los convenios con organismos públicos. Es necesario generar condiciones para que los nuevos canales sin fines de lucro y los privados de baja potencia encuentren una herramienta equivalente y lograr una transición armónica y sustentable.

Bibliografía

> Abásolo, María José; De Giusti, Armando (2012), *Anales de jAUTI 2012. I Jornadas Iberoamericanas de difusión y capacitación sobre aplicaciones y usabilidad de la Televisión Digital Interactiva*, Redauti. CYTED.

> Albornoz, Luis; García Leiva María Trinidad (2012), *La televisión digital terrestre*, Buenos Aires, La Crujía.

> González, Néstor Daniel y Caraballo, Cristian (2012). "Contenidos para la televisión digital Argentina. Políticas de Promoción y Fomento. Los Polos Audiovisuales Tecnológicos". En Gómez, L. (Compiladora), *Construyendo historias. Ver para creer. Relatos y narraciones en la Televisión Digital Argentina*, La Plata, EPC.

> González, Néstor Daniel (2013). *Relatos audiovisuales de Argentina. De la crisis a la televisión digital.* Tesis de Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.

Páginas consultadas

> BACUA <http://catalogo.Bacua.Gob.Ar/>

> Conectar Igualdad <http://www.Conectarigualdad.Gob.Ar>

> Fomento TDA <http://fomento.Tda.Gob.Ar/>

> Ginga <http://www.Ginga.Org.Ar>

> Programa Polos Audiovisuales <http://www.Tda.Gob.Ar/contenidos/programapolosaudiovisuales>

> TDA <http://www.Tda.Gob.Ar>

> TVD Lifia http://tvd.Lifia.Info.Unlp.Edu.Ar

La ficción televisiva a partir de la Ley SCA. "Des-centrando" la producción y la empleabilidad técnica

Por Alejandra Pía Nicolosi

Introducción

La implantación de la Televisión Digital Abierta (TDA) y la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA) colocan sobre el tablero la redefinición de la organización, planificación, producción, inversión y recepción de las frecuencias y señales. En la transformación de este escenario audiovisual, el desarrollo tecnológico no puede abstraerse de la sociedad en la que está inscripto. La televisión en tanto *forma cultural* (Williams, 2011) es expresión del proceso social que la produce: discutir un modelo de televisión, es al mismo tiempo, discutir un modelo de país.

La década transcurrida de gobierno kirchnerista ha implicado el retorno del Estado como garantía del ciudadano y el ejercicio de la política como principal agente que redefine los espacios de representación y participación. En este sentido, el desarrollo tecnológico es políticamente direccionado a la inclusión social y ampliación democrática frente a la necesidad de restitución de derechos constreñidos por las políticas neoliberales de los 90 (herederas de los proyectos dictatoriales de la región de los años 70) basadas en la exclusión y el libre mercado.

En el sector audiovisual, la innovación tecnológica sumada a un marco regulatorio específico significa la búsqueda de conversión de un modelo basado en la concentración de medios, exclusividad de contenidos, productores hegemónicos y visiones de mundo unívocas, hacia un otro en que la cultura es considerada como una trama plural basada en la diversidad: diversidad de señales, productores, narraciones, estéticas e identidades.

El presente artículo busca reflexionar sobre dicho proceso, al que caracterizamos de *des-centramiento* (Hall, 1992), a partir del análisis de la producción y empleabilidad técnica en ficción televisiva. Más precisamente, enfocaremos el análisis

en las producciones ganadoras de los Concursos Federales 2010 en la categoría Series de Ficción[1].

La larga década neoliberal. Boom de las productoras y centralización simbólica y material de la producción teleficcional

La ficción televisa es un producto complejo tanto en su dimensión socio-cultural como en su dimensión económico-industrial. Martín-Barbero y Rey (1999, p. 115) destacan la capacidad de la telenovela (anque la ficción televisiva en general) para contar historias, conectar las sensibilidades y captar las dimensiones de la vida cotidiana. Asimismo, es vista por los autores como un espacio de intervención, a la vez que ofrece un campo cultural para la introducción de hábitos y valores. Desde la otra cara de la moneda - su dimensión económica-industrial – la ficción televisiva es un producto de alta rentabilidad por la inversión publicitaria que moviliza, por su capacidad exportadora y por el desarrollo industrial que genera.

La problemática se presenta cuando la identidad televisiva nacional (constituida por ambas dimensiones -simbólica y económica-) es hegemonizada por pocos grupos económicos y audiovisuales que construyen e instituyen como fija, unificada y natural una representación de la propia televisión, basada en referencias a la clase media urbana porteña, desconsiderando problemáticas, visiones de mundo, paisajes e identidades culturales de otros lugares del país.

Porque la Ley de SCA viene a poner en crisis tal identidad televisiva unificada, es que ensayamos la hipótesis de un *des-centramiento* en los términos que Hall (1992) abordó el concepto de identidad en la posmodernidad. Dice el autor:

Un tipo distintivo de cambio cultural está transformando las sociedades modernas a fines del siglo XX. Esto está fragmentando los paisajes culturales referentes a clase, género, sexualidad, etnicidad, raza y nacionalidad que nos proporcionaban posiciones estables como individuos sociales. Estas transformaciones también están cambiando nuestras identidades personales, minando nuestro sentido de nosotros mismos como sujetos integrados. Esta pérdida de un "sentido de uno mismo" estable

[1]En el marco de la nueva Ley de SCA, el Estado lanza el *Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales*. Entre las estrategias del Plan, figura el *Programa de Concursos* que es realizado y financiado en articulación con el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y la Universidad Nacional de San Martín. Lanzados por primera vez en 2010, los Concursos llaman a la presentación de proyectos ficcionales, documentales, cortometrajes de animación y programas de estudio, en formato serie o miniserie de 8 o 13 capítulos, de 26 o 45 min. Las convocatorias están dirigidas a productoras independientes con y sin experiencia previa, y se clasifican en federales o nacionales, según se compita o no por regiones.

a veces es llamada dislocación o descentralización del sujeto. Este conjunto de desplazamientos dobles —que des-centra a los individuos tanto de su lugar en el mundo cultural y social como de sí mismos— constituye una crisis de identidad para el individuo (Hall, 1992, p.596).

Transpolada esa noción a la televisión en general y a la telefícción en particular, consideramos que la Ley de SCA disloca los orígenes de la producción, los sujetos realizadores y las imágenes de los sujetos representados, reconfigurando una identidad televisiva nacional desde la *diferencia*. De esta forma, aparecen en escena otros realizadores audiovisuales y tramas ficcionales que recuperan la memoria local (diversa y situada históricamente) con sus temáticas, arquetipos y modos de narrar ausentes en la pantalla chica, durante larga data. Mitos y leyendas del litoral argentino (*Payé*), creencias populares salteñas (*El Aparecido*), sobrevivencia de jóvenes en un barrio carenciado porteño (*Los Pibes del puente*), conflictos generacionales en una comunidad árabe en Tucumán (*Muñecos del Destino*), el sentido de comunidad en un grupo *trans* mendocinas (*Las viajadas*), son apenas unos ejemplos[2].

Pero no podemos hablar de *des-centramiento* sin describir el contexto en el que la identidad televisiva nacional, por contraste, se ha centralizado. Podemos puntualizar como consolidación de tal proceso el periodo comprendido entre 1989 y 2001, denominado por Santiago Marino (2007) como la "larga década neoliberal". Según el autor, la misma se caracterizó por la re-regulación de los mercados, la concentración de la propiedad y extranjerización, un nuevo modo de intervención del Estado guiado por las urgencias de los mercados y un cambio en la acumulación del capital. La coyuntura económica de la década de 1990, caracterizada por la ola privatizadora y por nuevas formas de organización del trabajo, resultó en un cambio sustancial del modelo de producción audiovisual local, en consonancia con lo ocurrido en el resto del mundo.

En el ámbito audiovisual, paulatinamente, los canales de aire fueron delegando la producción de contenidos en firmas independientes que surgieron principalmente a mediados de 1990. Así, los canales redujeron el riesgo que implicaba asumir toda la producción de contenidos de su grilla al tiempo que permitieron una creciente especialización de las empresas en diferentes géneros. Por otra parte, se produjo un importante ingreso de capitales internacionales a la radiodifusión local que derivó en una mayor concentración de medios. Además, la política de paridad cambiaria

[2]Dichas ficciones fueron transmitidas en diversos canales públicos federales. En algunos casos, como *Muñecos...* y *Los Pibes...*fueron programadas en la TV Pública durante 2012.

facilitó la incorporación de tecnología de punta en los canales y en las productoras, acorde a los estándares internacionales de producción audiovisual.

En relación al desarrollo de las productoras independientes Carboni (2012) especifica dos momentos clave:

- 1990-1994: periodo en que se verifica la existencia de productoras independientes nacionales que también realizan coproducciones con el exterior, y abastecen al mismo tiempo el mercado interno y el internacional;
- 1995-2001: periodo en que surge una serie de productoras independientes que empezaron a abastecer la programación de los canales, en género ficcional, entretenimiento y periodístico. Las productoras se convirtieron en pequeñas empresas que en ciertos casos fueron compradas en su totalidad o en parte (como *Pol-ka*, *Cuatro Cabezas*, *Ideas del Sur*) por los canales privados de aire de mayor envergadura, y otras se asociaron con capitales extranjeros para seguir comercializando sus formatos en el exterior.

Las principales productoras de telefícción que nacieron en esta segunda etapa, son las que aun nutren de formatos a los canales abiertos de cabecera y lideran el mercado audiovisual. Ellas son: *Polka* (1994), *Telefe Contenidos* (ex Produfé), *LC Acción Producciones S.A.*, *Ideas del Sur* (1996), *RGB Entertainment* (2000), *Cris Morena group* (2002), *Underground* (2006), *BBTV S.A.* (2000), *Central Park Productions* (2000), y *Dori Media Contenidos* (2006).

Dichas productoras están nucleadas en la *Cámara Argentina de Productoras Independientes de Televisión* (CAPIT)[3], creada en 1999. Según la propia Cámara, producen, junto al resto de las afiliadas (26 en total), más de la mitad de la programación que emiten los canales argentinos y el mayor índice de horas del *prime time*. De la lectura de las productoras listadas en la web de la CAPIT, observamos que del total de las afiliadas, el 77% (20), están radicadas en Capital Federal, el 19% (5) en la zona Norte de la Provincia de Buenos Aires, y el 4% (1) en la zona Oeste.

La mayor parte de las productoras porteñas nucleadas en la CAPIT están localizadas en lo que se conoce como el "Distrito Audiovisual". El mismo fue creado en septiembre de 2011 tras la aprobación de la ley 3.876/11 en la Legislatura porteña que establece un régimen de beneficios impositivos a las productoras establecidas en esa zona delimitada. El Distrito comprende 720 hectáreas y abarca los barrios

[3] *Cámara Argentina de Productoras Independientes de Televisión* (CAPIT) http://www.capit.org.ar/, consultado en junio de 2013.

de Palermo, Villa Ortúzar, Chacarita, Colegiales y La Paternal. Según datos oficiales, dentro del Distrito ya hay radicadas 118 productoras y otras 49 se ubican por fuera, lo que constituye un área de altísima concentración de la actividad audiovisual (cine, televisión, publicidad, animación y videojuegos)[4].

Retomando la perspectiva histórica, tras la crisis socio-política y la devaluación de finales de 2001, la mayoría de las grandes productoras porteñas lograron insertarse en los mercados internacionales, con exitosa presencia en las más reconocidas ferias mundiales, como el mercado internacional *MIPCOM* o el *Festival y Mercado de TVFicción Internacional* (FyMTI).

Algunos datos actuales de exportación e inversión publicitaria en ficción televisiva ayudan a seguir esbozando el cuadro de la centralización audiovisual que vinimos describiendo. Para Ulanovsky y Sirven (2009) "en los últimos años se exportaron unas 35 mil horas de programación al exterior, especialmente en dos formatos: telenovelas de todo tipo y *realities* show, convirtiéndolo en el cuarto exportador de formatos del mundo" (Ulanovsky y Sirven, 2009, p. 39).

En la misma dirección, la *Asociación de Reconocimiento y Protección de Formatos* (Frapa en inglés) sostuvo que dentro de la exportación global de formatos en el periodo 2006-2008, Argentina fue superada por Inglaterra con 148 exportaciones, Estados Unidos con 87 y Holanda con 35. Entre las producciones exportadas más famosas se encuentran las teleficciones infanto-juveniles *Chiquititas* y *Casi ángeles* (RGB Entertainment), y *Rebelde Way* (Cris Morena Group). Asimismo, en América Latina, el mayor importador de formatos argentinos es México quien ha comprado series como *Hermanos y Detectives* (Telefé contenidos), *Exitosos Pells* (Underground Contenidos y Endemol Argentina), *Los Roldán* (Ideas del Sur), *Mujeres Asesinas* (Pol-ka), entre otras[5].

Finalmente, en términos de inversión publicitaria, en base a datos proporcionados por Obitel[6] (2009, p. 99), obtenemos que en 2008, los 10 títulos de mayor

[4]Para consultar el mapa del Distrito Audiovisual, visitar < http://www.buenosaires.gob.ar/mapa-del-distrito-audiovisual>, consultado en mayo de 2013.

[5]"La Argentina, potencia exportadora de televisión" <http://www.lanacion.com.ar/1183682-la-argentina-potencia-exportadora-de-television>, y "Argentina lidera exportación de TV en América Latina" <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/06/15/argentina-lidera-exportacion-tv-america-latina>, consultado en junio 2013.

[6]Creado en 2005, OBITEL es una red de investigación integrada por 11 países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, México, Portugal, Uruguay, Venezuela), y cuyo objetivo es monitorear y analizar la oferta ficcional de la televisión abierta, tanto pública como privada. Ver < http://obitel.net/>, consultado en junio de 2013.

inversión publicitaria recibida sumaron en conjunto $ 1025.268.445, distribuidos de la siguiente forma: 72% para Pol-ka (con los títulos *Socias*, *Por amor a vos*, *Son de Fierro* y *Mujeres Asesinas*), 16% para Cris Morena Group / RGB Entertainment (Bella y Bestia, y Casi Ángeles), 12% para Enrique Estebanez (Don Juan y su Bella Dama). Cabe señalar que otras productoras recibieron inversión pero no tuvieron incidencia significativa en el total de la torta publicitaria del periodo. Ellas son: Telefé Contenidos (*Vidas Robadas*), Underground Contenidos y Endemol Argentina (*Los Exitosos Pells*) y TV Globo (*Páginas de la Vida*).

"Des-centramiento" de la producción de teleficción. Emergencia de productores, pantallas y relatos

Frente al paisaje audiovisual descripto en el tópico anterior, los Concursos del Plan de Fomento[7] a la televisión digital -impulsados por el Estado y en marco de la Ley de SCA- posibilitan la emergencia de otros realizadores audiovisuales por fuera del circuito porteño como así también, el acceso a pantallas diversas, otras visiones de mundo en disputa devenidas relatos, la federalización de las fuentes de trabajo, y nuevos circuitos de exhibición de ficción.

Durante las convocatorias a concursos en el periodo 2010-2013 fueron seleccionados 95 proyectos de ficción televisiva[8]. Paulatinamente, las producciones fueron siendo exhibidas por la TV Pública, diferentes emisoras públicas federales[9], y canales abiertos privados, como así también, mediante nuevas pantallas digitales[10] y nuevos circuitos de comercialización de productos audiovisuales[11].

---

[7]Además de los Concursos, otras estrategias de fomento a la producción audiovisual son las convocatorias del Consejo Interuniversitario Nacional y el Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos.

[8]En el marco de los concursos: *Series de Ficciones para Productoras con Antecedentes, Series de Ficción para Señales Públicas con Productoras con Antecedentes, Serie de Ficción Federal, Series de Ficción para Televisión Digital en Coproducción Internacional, Series de Ficción Federal orientadas a temáticas, y Series de ficción en Alta Calidad y Definición Full HD.*

[9]Algunas de las emisoras son Canal 10 de Río Negro, Canal 9 de Rio Gallegos, Canal 13 de Río Grande de Ushuaia, 12 de Trenque Lauquen, Canal 11 de Ushuaia, Canal 10 de Tucumán, Canal 10 de Córdoba, Canal 7 de Rawson, Canal 11 de Formosa, Canal 3 de La Pampa, Colsecor.

[10]La más significativa es *Contenido Digitales Abiertos* <www.cda.gob.ar> que disponibiliza de forma completa las ficciones ganadoras de los Concursos. Otro ejemplo es el canal *you tube* de Canal 7-TV Pública que permite la visualización y descarga de las telefícciones programadas en la emisora estatal.

[11]En diciembre de 2012, se realizó en Buenos Aires la primera edición de *VENtv*, el Mercado Argentino de Televisión, promovido por El Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales y el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. El evento representa una nueva ventana para la comercialización de contenidos televisivos de la industria audiovisual del país.

Respecto de las emisoras abiertas privadas, en 2011 se programaron 10 telefícciones ganadoras de Concursos: 4 títulos transmitidos en América TV, 1 en Canal 10 de Mar del Plata, 4 en Canal 9 y 1 en Telefé[12]. Por su parte, en 2012 se programaron cuatro títulos ganadores que presentaron un abanico diverso de temáticas, formatos y géneros:

Tabla 1. Ficción televisiva para *prime time* promovida por el Estado. TV abierta privada. Año 2012

Título	Origen	Productora	Formato	Género	Temática
23 pares	Canal 9	Wanka Producciones	Serial	Drama	Identidad
Amores de Historia	Canal 9	Oruga Films SA	Serie	Docudrama	Historias de amor en el marco de hitos históricos del país
Historia clínica	Telefé	Underground	Serie	Docudrama	Enfermedades de personalidades históricas y su influencia en la vida pública
Babylon	Canal 9	GP Media	Serial	Policial negro	Metáfora de la exclusión en las sociedades contemporáneas

Fuente: elaboración propia en base a datos del INCAA y *clipping.*

Por su parte, Canal 7- TV Pública - en consonancia con la Ley de SCA- fue garantizando el acceso de ficción nacional a la pantalla a la vez que cristalizó la federalización de contenidos. De hecho, según datos del *Observatorio de Ficción Televisiva en la TV Pública*[13], en 2009 el 75% (6 títulos)[14] de la telefícción programada era importada mientras que en 2012, el 80% del total (12 títulos) fue de producción nacional. En este contexto, las producciones ficcionales promovidas por el Estado nacional fueron participando de la pantalla pública de forma progresiva:

[12]Para ampliar consultar <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199525737007#>, consultado en junio de 2013.

[13]El Proyecto *Observatorio de Ficción Televisiva en la TV Pública* fue creado en mayo de 2013, bajo coordinación de Alejandra Pía Nicolosi. El mismo se enmarca en el Programa de investigación: *Programa Tecnologías Digitales, educación y comunicación. Perspectivas discursivas, sociales y culturales,* radicado en la Universidad Nacional de Quilmes.

[14] Los 6 títulos responden a: 2 miniseries españolas (*Bruno, el rostro de la ley*, y *Vientos de agua*, en co-producción con Argentina); 2 series brasileñas (*Ciudad de los Hombres*, y *Carandirú, la cárcel del terror*); 1 miniserie co-producida entre Italia, Francia, Alemania, Rusia y Polonia (*La Guerra y la paz*), y 1 microserie de origen estadounidense (*Julio César*).

Tabla 2. Modalidades de producción de ficción televisiva nacional. Canal 7 – TV Pública. Periodo 2010-2013

	Cantidad de títulos nacionales de estreno por año	Asociada con productoras	Producción con/de Organismos Públicos	Concursos de Fomento
2009	2	2	-	-
2010	1	1	-	-
2011	5	2	2	1
2012	12	2	2	8
Julio - 2013	8	1	1	6
Total títulos	28	8	5	15

Fuente: Observatorio de Ficción Televisiva en la TV Pública.

A grandes rasgos, podemos hablar de tres modalidades de producción de telefícción nacional presentes en Canal 7- TV Pública. Una de ellas, es la asociación de la emisora estatal con productoras independientes. Esta modalidad se manifiesta estable a lo largo del periodo señalado, a razón de 2 títulos por año. Algunos ejemplos de ello son: *Ciega a citas* (2009, junto a Rostocc + Dori Media Group), *Contras las cuerdas* (2010, ON TV Llorente & Villarruel), *Sr. y Sra. Camas* (2011, Mar de Fueguitos), *En terapia* (2012, Dori Media Contenidos), *Jorge* (2013, Tostaki).

A partir de 2011, se observa la aparición de la modalidad de producción entre Canal 7 y diversos organismos públicos, o bien, surgidos del seno de estos últimos, según la temática y perfil de la telefícción. Por ejemplo, *Belgrano, la película* (2011, junto a Canal Encuentro e INCAA), *Recordando el show de Alejandro Molina* (2011, Canal Encuentro), *Disparos en la biblioteca* (2012, del Centro de Producción Audiovisual (CEPIA). Secretaria de Cultura de la Nación), y *La rebelión de los llanos* (2013, junto a Canal Encuentro y Sec. de Cultura de La Rioja), responden a esta modalidad.

Finalmente, las ficciones originadas por los Concursos de fomento pasan a ser la modalidad dominante hacia 2012, llegando a ocupar la mayor parte de la grilla de ficción de la emisora estatal: el 67% en 2012 y el 75% hasta julio de 2013. Del total general de las producciones bajo esta modalidad estrenadas en el período 2011-2013 (15 títulos), el 73% (11 telefícciones) son oriundas de la Capital Federal y el 27% (4 telefícciones) lo son de otras provincias del país.

El primer grupo está formado por títulos de diversa temática y casa productora. Algunos ejemplos son: *El Paraíso* (2011, Zoelle Producciones SRL) sobre problemáticas sociales vistas desde el prisma de una guardia de hospital público; *La viuda de*

Rafael (2012, Atuel) sobre derechos de identidad de género; *Ruta misteriosa* (2012, Banda Aparte) sobre leyendas urbanas de terror; *Combatientes* (2013, de Jerónimo Paz Clemente y Tomás de las Heras) sobre la guerra de Malvinas; *Germán, últimas viñetas* (2013, Sirah Producciones) sobre la vida de Oesterheld desde su experiencias editoriales hasta su trágico final, y *Jorge* (2013, Tostaki) sobre la inclusión social, entre otros.

Por su parte, el segundo grupo está conformado por títulos como: *Los Pibes del Puente* (2012, Nunca jamás Producciones), oriunda de la Pcia. de Buenos Aires, aborda la marginalidad juvenil; *Muñecos del destino* (2012, Anarcovisión) de Tucumán, aborda en clave de telenovela problemas generacionales en una comunidad conservadora árabe; *Rescatistas* (2013, AonekFilms) de Santa Cruz, trata sobre la labor de rescatistas en alta montaña; y *La riña* (2013, Maximiliano González y Zarlek), originaria de Misiones y filmada en Corrientes, narra la primera huelga general organizada por los obreros de la construcción hacia 1930 en Corrientes, a través de una prohibida historia de amor.

Este breve panorama da cuenta de una apertura hacia nuevos productores como así también, hacia temáticas ausentes en las agendas hegemónicas de la telefícción nacional. Si bien es aun predominante la presencia de la Capital como centro productor en la grilla de Canal 7- TV Pública, nótese la progresiva representación de otras localidades con sus propias historias e imaginarios particulares. De hecho, a partir de agosto de 2013 se programaron *Los anillos de Newton* (Rolando Pardo) de Salta, e *Inconsciente colectivo* (Idealismo contenidos) de la Pcia. de Buenos Aires. La primera ficción cuenta las vivencias de un psicólogo, apodado Capuchino, que luego de perder su matrícula debe desempeñarse como remisero para poder sobrevivir; mientras que la segunda, es un *thriller* policial que narra la historia de Francisco Villegas, un psicoanalista que es convocado por las autoridades de un colegio secundario para descubrir y frenar la ola de suicidios de alumnos que está acaeciendo en ese lugar.

"Des-centramiento" de la empleabilidad técnica. Una mirada a los Concursos de fomento a la ficción televisiva 2010[15]

La factura audiovisual es un complejo entramado de fases productivas (preproducción, producción y posproducción) que moviliza gran cantidad de recursos

[15]La metodologia utilizada para la construcción de datos sobre empleabilidad técnica en los proyectos de ficción federal 2010, fue especialmente desarrollada por el equipo de la Universidad Nacional de Quilmes, en el marco del *Observatorio del sector Audiovisual de la República Argentina.*

técnicos y artísticos. Como venimos sosteniendo, una concentración geográfica de la industria audiovisual no implica solamente la centralización simbólica sino que también una fuerte concentración de la mano de obra vinculada a las Industrias Culturales y a las Actividades Culturales y de Entretenimiento. Como aporta Nahirñak (2008, *apud* Borello y González, 2012), "para 2007, en la CABA el 6% de los empleados privados están vinculados a estos sectores, lo cual supera a la cifra nacional del 4%. A su vez, el 47% de los trabajadores de este sector habitan en la provincia de Buenos Aires, seguidos por el 22,4% de la CABA".

En este sentido, la democratización de voces e imágenes propulsada por la Ley de SCA viene acompañada del impulso hacia la federalización de puestos de trabajo y la consecuente movilización del sector a nivel regional. Un indicador posible para describir este proceso es observar la empleabilidad técnica en telefícción, a la luz de los Concursos para Serie de ficción federal 2010.

En el marco del citado Concurso, fueron seleccionados 18 proyectos que se corresponden con 62h 24 min de contenido original, según la siguiente distribución por origen y cantidad de títulos:

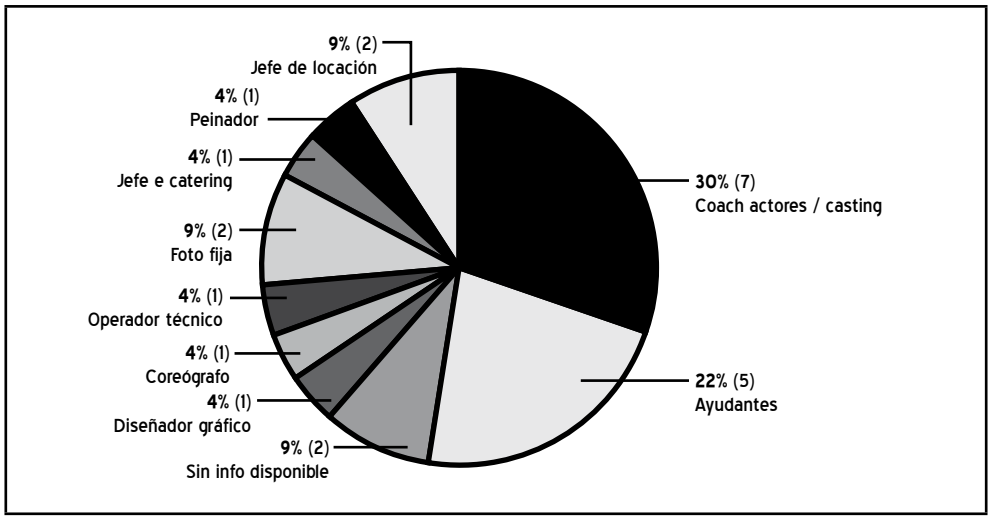
Tabla 3. Distribución por origen y horas de proyectos de ficción. Concurso federal. Año 2010

Región	Horas producidas	%	Cantidad / Títulos Ficciones
Caba/Metropolitana (Provincia de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires)	10h 24min	16.7	(3) Los Pibes del Puente, Gigantes, Perfidia
Centro Norte (Córdoba, Santa Fe)	13h 52min	22.2	(4) Cordoba casting, corazõn de vinilo, las otras ponce, La nieta de gardel
Nuevo Cuyo (San Luis, San Juan, Mendoza, La Rioja)	10h 24min	16.7	(3) Ana y el vino, Las viajadas, En la viña del Señor
Noroeste (Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero)	10h 24min	16.7	(3) El Aparecido, Muñecos del destino, El Viaje 9 Días Buscando Norte
Noreste (Misiones, Corrientes, Chaco, Formosa, Entre Ríos)	13h 52min	22.2	(4) Payé, La riña, Mañana Siesta Tarde Noche, El camino del héroe
Patagonia (La Pampa, Río Negro, Chubut, Neuquén, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Antártida, Islas Malvinas y del Atlántico Sur)	3h 28min	5.6	(1) La Chacra
Total Hs	62h 24min	100	18 proyectos

Fuente: elaboración propia en base a datos del INCAA.

La totalidad de los proyectos listados en la Tabla 3, involucraron a 21 roles técnicos que movilizaron 311 puestos de trabajo. Los datos indican que el rol con mayor índice de personal técnico implicado es el de *eléctricos*[16] (28 puestos; 9%), seguido por *asistente de dirección*[17] (25; 8%), el rol *Otros* (23; 7,5%) - que será desarrollado más adelante-, y el rol de *camarógrafo*[18] (21; 7%). Luego, el restante de los roles técnicos, por rubro y cantidad de personal movilizado, se distribuye de la siguiente manera: *montajista / editor* (20; 6,5%), *dirección de arte* y *vestuarista* (equitativamente 19; 6%), *director de fotografía* y *maquillador* (equitativamente 18; 5,5%), *asistente de cámara* (15; 5%), *animador* (14; 4,5%), *director de sonido*, *asistente montajista/editor* y *escenógrafo* (12; 4%); *gaffer/grip* (11; 3,5%), *continuista* (10; 3%), *asistente de sonido* (8; 2,5%), *sonidista en rodaje* (8; 2,5%), *utilero* (8; 2,5%), *realizador efectos* (8; 2,5%), y finalmente, *asistente de fotografía* (2; 1%).

Gráfico 1. Desglose del rubro "Otros". Ficciones federales. Año 2010



Fuente: elaboración propia en base a datos del INCAA .

[16]El área de eléctricos opera el material necesario para el tendido, organización y mantenimiento de los proyectores de luz y de sus accesorios.

[17]Es la persona más cercana al director y trabaja con él durante toda la preproducción y producción de la obra audiovisual.

[18] Es la persona que maneja la cámara. Trabaja bajo la supervisión del director de fotografía, organizando estéticamente el encuadre según la decoración, prepara los *travellings* y movimientos de cámara con el maquinista.

A su vez, existe una diversidad considerable de roles técnicos que intervinieron en la producción de ficción que no estuvieron encuadrados en la clasificación prevista por el INCAA, de modo que fueron ingresados en la categoría "Otros" (23; 7,5%).

En el Gráfico 1 se observa que el rol predominante de la categoría "Otros" corresponde a la selección y entrenamiento de actores – *coach y casting* (7; 30%), fundamentado en las necesidades propias de una práctica ficcional. El segundo lugar, es ocupado por el rol *ayudantes* (5; 22%), y el tercero, por *foto fija*[19] y *jefe de locaciones*[20] (equitativamente, 2; 9%)[21].

Si analizamos la cantidad de técnicos empleados en los 18 proyectos ganadores de ficción por origen de procedencia, obtenemos la siguiente tabla:

Tabla 4. Cantidad de técnicos por región de procedencia. Ficciones federales. Año 2010

Origen por region	Totales 311	%
AMBA	88	28%
Centro Norte	77	25%
Noreste Arg (NEA)	18	6%
Noroeste Arg (NOA)	45	14%
Nuevo Cuyo	49	16%
Patagonia	11	4%
Sin info[22]	23	7%

Fuente: elaboración propia en base a datos del INCAA.22

[19]Es la persona encargada de fotografiar tanto las escenas importantes mientras se están filmando como al equipo trabajando. Estas imágenes fijas son utilizadas para la publicidad y promoción de la obra audiovisual.

[20]Es la persona encargada de coordinar la búsqueda de los escenarios naturales donde se grabarán las escenas.

[21]Cabe aclarar que existen 2 (9%) técnicos contabilizados en la categoría "Otros", de los cuales no se pudo obtener la especificidad de los roles. Se trata de la ficción Muñecos del Destino, oriunda de Tucumán.

[22]Cabe aclarar que existen 23 puestos de trabajo (7%) cuyo origen no pudo ser identificado. Los mismos corresponden a ficciones originarias en Mendoza (3 técnicos), Tucumán (4), Jujuy, Pcia. Buenos Aires y Misiones (5, respectivamente) y Santa Fé (1). No obstante, si consideramos que según el relevamiento, Tucumán y Jujuy se abastecen de técnicos de otras provincias, y el resto lo hacen de la propia, dicha laguna de datos no altera sustancialmente los datos expresados.

La Tabla 4 muestra que el mayor índice de concentración de empleados técnicos movilizados provienen de la región CABA (88; 28%) y en segundo lugar, la región Centro Norte (77; 25%). Luego, el tercer lugar corresponde a Nuevo Cuyo (49; 16%), muy próximo a los índices de la región Noroeste (45; 14%).

Si nos detenemos en el análisis regional, la Tabla 5 a continuación, nos muestra el desglose de técnicos movilizados por provincia de origen:

Tabla 5. Cantidad de técnicos por región y provincia. Ficciones federales. Año 2010

Región	Total	%
AMBA	88	100%
Provincia de Buenos Aires	24	27%
C.A.B.A	64	73%
CENTRO NORTE	77	100%
Córdoba	65	84%
Santa Fe	12	16%
NORESTE ARG (NEA)	18	100%
Misiones	13	72%
Corrientes	1	6%
Chaco	1	6%
Formosa		
Entre Ríos	3	17%
NOROESTE ARG (NOA)	45	100%
Salta	10	22%
Jujuy	19	42%
Catamarca		
Tucumán	15	33%
Santiago del Estero	1	2%
NUEVO CUYO	49	100%
San Luis	1	2%
San Juan		
Mendoza	48	98%

La Rioja		
PATAGONIA	**11**	**100%**
La Pampa		
Río Negro	**11**	**100%**
Chubut		
Neuquén		
Santa Cruz		
Tierra del Fuego		
Antártida		
Islas Malvinas y del Atlántico Sur		
Sin info[22]	**23**	**100%**

Fuente: elaboración propia en base a datos del INCAA.

De la Tabla 5, cabe destacar el caso de Córdoba que reunió el 84% (65) de los técnicos de la región. Córdoba abasteció no sólo a los propios proyectos de la región, sino que también a otros originados en provincias como: Jujuy (en los roles de dir. de fotografía, montajista y asist. de montaje), Santa Fe (en el rol de dirección de arte) y Tucumán (en el rol de continuista). Cabe señalar que Córdoba es un claro ejemplo de la disputa simbólica en el marco de la Ley de SCA. Mientras la Región Centro consolida su capacidad de producción audiovisual y se conforma en *clusters*[23], el gobierno provincial a cargo de Manuel De La Sota clausura arbitrariamente las antenas de la TDA en Río Cuarto, Leones y en Villa María, defendiendo los intereses de la cableoperadora monopólica y limitando los alcances de la Ley[24].

Otras provincias en las que se observa la cobertura de roles técnicos con personal de distinto origen al proyecto son: Santa Fé, Provincia de Buenos Aires, Misiones, y Salta con recursos provenientes de CABA; Mendoza con personal proveniente de Santiago del Estero y Jujuy.

[23]El *cluster* audiovisual *Córdoba Produc*e está conformada por 9 productoras audiovisuales cordobesas. Es un grupo exportador de servicios audiovisuales conformado en abril de 2013 con el objetivo de potenciar el mercado audiovisual tanto interno como externo. Está integrado por: 440 Estudio de Grabación y Productora de Audio, Atrox, Bonaparte Cine, El Carro SRL, Falco Cine, Germina Films / Jaque Productora S.A., La Ventana Cine Itinerante, Malevo Films, Prisma Cine. Ver < http://cordobaproduce.com.ar/>.

[24]**Ya son tres las antenas de TV digital gratis que clausura De la Sota, La Mañana de Córdoba, 13 de enero de 2013. <http://www.lmcordoba.com.ar/nota/118171_ya-son-tres-las-antenas-de-tv-digital-gratis-que-clausura-de-la-sota>, consultado en junio de 2013.**

La Tabla 5 nos permite ver de forma sucinta y como una foto (en pleno revelado), el escenario federal de la producción audiovisual en términos de empleablidad técnica en los albores de la aplicación, por entonces parcial, de la Ley de SCA. Un estudio de estas características abordado en perspectiva histórica permite observar dentro de cada región cuales son las provincias de mayor desarrollo en la producción de ficción televisiva como así también, detectar aquellas zonas de vacancia en donde es preciso la formulación y ejecución de políticas públicas que alienten el fortalecimiento regional del sector audiovisual (capacitación, acceso a tecnologías, etc.).

A modo de cierre

La Ley de SCA abrió un marco de posibilidades hacia una comunicación audiovisual más libre y democrática. Ese marco permite una reconfiguración de la identidad televisiva nacional; ya encaminada con logros y tensiones, pero posibilitada.

El escenario audiovisual está transformando su paisaje: otros productores, otras historias, otros modos de narrar, otros modos de ver(nos) y comprender(nos) como sociedad a través de las imágenes. Es sobre la idea del *des-centramiento* de la identidad que la Ley SCA nos interpela, pues nos pone de manifiesto que "las naciones modernas son todos híbridos culturales" (Hall, 1992, p. 617) y nos desafía como sociedad a comprendernos desde la diferencia como perspectiva política, y a construir una otra televisión a la altura de este momento histórico.

Bibliografía

> Borello José; González, Leandro (2012), *La producción audiovisual en la Argentina,* Universidad Nacional General Sarmiento. Disponible en < http://www.ungs.edu.ar/ms_ico/wp-content/uploads/2012/08/UNGS-La-producci%C3%B3n-audiovisual-en-la-Argentina.pdf> consultado en junio 2013.

> Carboni, Ornela (2012), *Los procesos de organización del trabajo en las telenovelas argentinas (1989-2001).* Tesis de Maestría Maestría en Industrias Culturales: políticas y gestión, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.

- Hall, Stuart (1992), "The Question of Cultural Identity", En: Stuart Hall, David Held y Tony McGrew (eds.), *Modernity and Its Futures*, Cambridge, Polity Press.
- Marino, Santiago (2007), *Neoliberalismo, comunicación y políticas públicas: el caso de la televisión por cable en Argentina entre 1989-2001*, Tesis de Maestría en Comunicación y cultura de la Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires, UBA.
- Martín-Barbero, Jesús; Rey, Germán (1999). *Los ejercicios del ver. Hegemonía visual y ficción televisiva*, Barcelona, Gedisa.
- Ulanovsky, Carlos.; Itkin, Silvia; Sirvén, Pablo. (1999), *Estamos en el aire: una historia de la televisión argentina*, Buenos Aires, Planeta.
- Vassallo de Lopes, Immacolata, Orozco Gómez, Guillermo. (Coord.) (2009). *A ficção televisiva em países ibero-americanos: narrativa, formatos y publicidad*e. San Pablo, Brasil, Editora Globo.
- Williams, Raymond (2011), *Televisión. Tecnología y forma cultural,* Buenos Aires, Paidós.

Otras fuentes consultadas

- CAPIT - *Cámara Argentina de Productoras Independientes de Televisión*
- INCAA - *Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales*
- *Proyecto Observatorio de Ficción Televisiva en la TV Pública.* Dir. Alejandra Pía Nicolosi. Programa de investigación: *Programa Tecnologías Digitales, educación y comunicación. Perspectivas discursivas, sociales y culturales,* Dir. Sara Pérez. Universidad Nacional de Quilmes.

De fierros e historias: Técnicos y tecnología en los documentales federales en la televisión digital argentina

Por Luciana Cáceres y Carina Rodríguez

Introducción

El patio de una casa, botellas de plástico verde con agua por doquier, suelo de tierra, una anciana que alimenta a sus animales, un aljibe, y el agua que falta. La historia avanza, una mujer con una pequeña cámara digital registra a un grupo de personas trabajando sobre la tierra, con pico y pala en mano. Pegado a la escena, un joven relata la experiencia de la "obra de agua" desarrollada por una comunidad campesina, el relato muta en voz en off y gana la pantalla un grupo de mujeres y hombres de diversas edades caminando cuesta arriba, son los campesinos y campesinas que conforman el movimiento campesino en Córdoba.

Estas imágenes pertenecen a los primeros minutos del *trailer* correspondiente a "Nosotros, campesinos", serie ganadora de la categoría documentales federales de los premios otorgados por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), por la región Centro Norte. La lucha campesina, invisibilizada, tergiversada por los principales medios de comunicación, toma carne en una nueva pantalla. Una nueva pantalla que, no sólo narrará la experiencia campesina comunitaria de Córdoba, sino también, la historia latente sobre los delitos de lesa humanidad al sur de Mendoza, hará un recorrido con los maestros de la literatura del Norte argentino, escuchará a una joven cantante de folclore que recorre montañas y valles de Catamarca al son de la vidala, o los inicios y presentes del rock a lo largo de la región patagónica.

Nuevas historias, que ocurren a lo largo y ancho de la Argentina, comienzan a ser narradas desde nuevas pantallas por sus propios protagonistas. El fomento a las producciones audiovisuales, desarrollado por el INCAA, permitió que relatos de diversos puntos del país dejen de ser historias "mínimas", "del interior" y comiencen a constituir una historia cotidiana, inclusiva y federal.

La tecnología en la producción de las series documentales federales[1]

En el marco de la de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el INCAA y el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios -a través del Consejo Asesor de SATVD- desarrollaron en el año 2010 una experiencia piloto que desembocó en el Plan Operativo de Promoción y Fomento a los Contenidos Audiovisuales Digitales. Se realizaron convocatorias dirigidas a los realizadores audiovisuales para la producción de contenidos para documentales y ficción. Para la categoría documentales se abrieron dos concursos nacionales, dentro del cual se seleccionaron 12 series de documentales para señales públicas y 16 series de documentales para productoras con antecedentes; un concurso federal, donde fueron elegidas 30 series[2]; y un concurso de material terminado, donde la selección se compuso de 37 documentales (1).

Las series de documentales federales presentan una situación inédita de producción de contenidos audiovisuales en la República Argentina, debido a su histórica centralización en la zona de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). La aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual -sumado al inicio de la implementación del plan de fomento digital- han retraído una tendencia histórica de retransmisión de programación en las provincias argentinas originada en la región AMBA. Este fenómeno ha disminuido del 76% en 2001 (Dato extraído de Getino, 2008: 250) al 64% en 2010 (AFSCA, 2011: 4) y un 60% en 2011 (AFSCA, 2012: 5).

En primer lugar, como la presentación de proyectos hacia el interior de las regiones presentó una oportunidad para consolidar y visibilizar el potencial audiovisual de todo el territorio argentino. Sin embargo, dentro de estas regiones, se pueden observar predominancias de ciertas provincias sobre otras, como se analiza en la Tabla 1.

[1]La metodología utilizada para la construcción de datos sobre aspectos técnicos implicados en los proyectos de documentales federales 2010, fue especialmente desarrollada por el equipo de la Universidad Nacional de Quilmes, en el marco del *Observatorio del sector Audiovisual de la República Argentina.*

[2]El concurso de series de documentales federales abrió la convocatoria dentro de las diferentes regiones, las cuales se dividieron de la siguiente manera: 1) Región Centro Metropolitano: Provincia de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA); 2) Región Centro Norte: Córdoba, Santa Fe; 3) Región Noreste Argentino - NEA: Misiones, Corrientes, Chaco, Formosa, Entre Ríos; 4) Región Noroeste Argentino - NOA: Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero. 5) Región Nuevo Cuyo: San Luis, San Juan, Mendoza, La Rioja; 6) Región Patagonia: La Pampa, Río Negro, Chubut, Neuquén, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Antártida, Islas Malvinas y del Atlántico Sur.

Tabla 1. Origen de producción de las series documentales por provincia y región. Documentales federales. Año 2010

Región	Total	%
AMBA	4	
Provincia de Buenos Aires	1	25%
CABA	3	75%
Centro Norte	5	
Córdoba	2	40%
Santa Fe	3	60%
Noreste Argentino (NEA)	5	
Misiones	0	
Corrientes	2	40%
Chaco	2	40%
Formosa	0	
Entre Ríos	1	20%
Noroeste Argentino (NOA)	6	
Salta	1	16,7%
Jujuy	3	50%
Catamarca	1	16,7%
Tucumán	1	16,7%
Santiago del Estero	0	
Nuevo Cuyo	5	
San Luis	0	
San Juan	0	
Mendoza	5	100%
La Rioja	0	
Patagonia	5	
La Pampa	0	
Río Negro	2	40%
Chubut	1	20%
Neuquén	0	
Santa Cruz	1	20%
Tierra del Fuego	1	20%

Antártida	0	
Islas Malvinas y del Atlántico Sur	0	
Total	30	

Fuente: elaboración propia en base a datos brindados por el INCAA.

Al observar la Tabla 1 se puede destacar el predominio de Ciudad Autónoma de Buenos Aires sobre la Provincia; en la región Centro Norte, Santa Fe sobre Córdoba; Corrientes y Chaco en el NEA; Jujuy en el NOA; Mendoza en Nuevo Cuyo; y en la Patagonia prevaleció la provincia de Río Negro.

Los concursos federales no sólo desatomizaron la oferta centralizada en la Ciudad de Buenos Aires sino que también generaron aproximadamente 5.000 puestos de trabajo en la producción de contenidos audiovisuales (Cardoso et al., 2012: 43). La ejecución del presupuesto asignado por el Plan de Fomento a los realizadores muestra como el mayor porcentaje de inversión corresponde al empleo de personal técnico seguido por la producción y el alquiler de cámaras, luces y sonido; según se detalla en la Tabla 2.

Tabla 2. Distribución de la inversión de los documentales federales. Año 2010[3]

Rubro[3]	Descripción	Monto	%
5	Técnicos	1.077.075,04	18,5%
4	Producción	779.464,26	13,4%
19	Cámara, luces y sonido	720.112,27	12,4%
3	Dirección	515.153,14	8,8%
16	Proceso de laboratorio	425.874,21	7,3%
12	Movilidad	388.042,03	6,7%
13	Comidas y alojamiento	385.312,80	6,6%
1	Libro/Argumento/ Guión	327.449,50	5,6%
14	Música	219.779,01	3,8%
21	Administración	219.530,96	3,8%
17	Proceso de sonido	157.342,48	2,7%

[3]El número de rubro se refiere al especificado en los expedientes del INCAA.

15	Material virgen	114.510,62	2,0%
20	Efectos especiales	103.925,00	1,8%
24	Imprevistos	91.239,68	1,6%
18	Fuerza motriz	87.728,50	1,5%
6	Elenco artístico	68.794,70	1,2%
2	Archivo	51.412,92	0,9%
10	Utilería	32.909,87	0,6%
22	Seguros	31.033,77	0,5%
11	Escenografía	14.645,40	0,3%
7	Cargas sociales	7.132,96	0,1%
8	Vestuario	6.275,63	0,1%
23	Seguridad	1.750,00	0,0%
9	Maquillaje	147,01	0,0%
Total		**5.826.641,76**	**100,0%**

Fuente: elaboración propia en base a datos brindados por el INCAA.

Los tres rubros que conforman la columna tecnológica en la realización audiovisual (personal técnico; alquiler de cámaras, luces y sonido; y realización de efectos especiales) suman un 32,7% sobre el total. El equipo técnico, a su vez, se divide en 21 roles de intervención en los documentales federales, que generaron 191 puestos de trabajo.

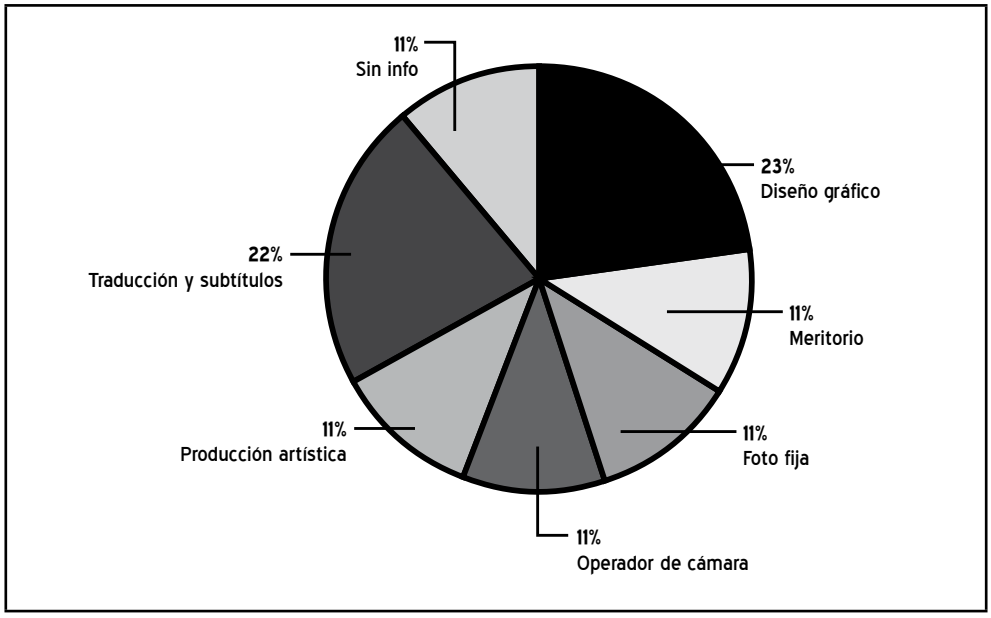
Del relevamiento se puede observar que el rol predominante es el que corresponde al camarógrafo (26 puestos; 13,6%), es decir, aquella persona que maneja la cámara, organiza estéticamente el encuadre, prepara los *travellings* y movimientos de cámara con el maquinista. Seguido por el montajista o editor (25 puestos; 13,1%), cuyo trabajo consiste en organizar la estructura interna de los elementos visuales y sonoros que harán de una serie de planos independientes la unidad y sentido de la historia. El tercer rol en el cual se empleó una mayor cantidad de técnicos es el que corresponde al director de fotografía (24; 12,6%), responsable de la parte visual, tanto técnica como estilística de la película, que traduce el guión a imágenes diseñando la iluminación y definiendo los encuadres de cámara según el criterio del director.

El restante de los roles técnicos, por rubro y cantidad de personal implicado, se distribuyen de la siguiente manera: director de sonido (16; 8.4%), animador (15; 7,9%), asistente de dirección (14; 7,3%), asistente de cámara, sonidista en rodaje y

asistente de montajista/editor (equitativamente 12; 6,3%), "otros" (9; 4,7%), realizador de efectos (7; 3,7%), asistente de fotografía (6; 3,1%), asistente de sonido (4; 2,1%) eléctricos (3; 1,6%) y finalmente, *gaffer*, director de arte y escenógrafo (equitativamente 2; 1%).

A su vez, hay roles que intervinieron en la producción de documentales federales de 2010 que no estuvieron previstos en la clasificación estipulada por el INCAA fueron ingresados en la categoría de "otros" (9; 4,7%). Entre ellos se pueden destacar el empleo de dos técnicos en diseño gráfico y traducción y subtítulos, seguido por el empleo de un técnicos de los roles foto fija, producción artística, meritorio y operador de cámara[4] (ver Gráfico 2).

Gráfico 2. Desglose del rubro "Otros" de los documentales federales. Año 2010



Fuente: elaboración propia en base a datos brindados por el INCAA.

Por otra parte, uno de los objetivos primarios del plan de fomento digital fue la generación de una estructura realizativa en todas las regiones del país. Lo cual se tradujo no sólo en la descentralización de los contenidos (como veremos el próximo

[4]No se pudo determinar el rol de uno de los técnicos empleados en las series de documentales federales 2010.

punto) sino también de la capacidad productiva. Según el relevamiento realizado por la UNQ en base a datos proveídos por el INCAA, del total de 191 técnicos empleados[5], 42 corresponden al centro norte del país, 37 de la región AMBA, 35 del NEA, 32 del Nuevo Cuyo, 26 del NOA, 16 de la Patagonia, y 2 de otros países, según se detalla en la Tabla 3.

Tabla 3. Total de técnicos por provincia y región

Región	Total	%
AMBA	**37**	**19%**
Provincia de Buenos Aires	3	8%
CABA	**34**	**92%**
Centro Norte	**42**	**22%**
Córdoba	16	38%
Santa Fé	26	62%
Noreste Argentino (NEA)	**35**	**14%**
Misiones	2	6%
Corrientes	11	31%
Chaco	12	34%
Formosa	2	6%
Entre Ríos	8	23%
Noroeste Argentino (NOA)	**26**	**18%**
Salta	9	35%
Jujuy	13	50%
Catamarca	4	15%
Tucumán	0	
Santiago del Estero	0	
Nuevo Cuyo	**32**	**17%**
San Luis	**0**	
San Juan	**0**	

[5]El número incluye a los técnicos detallados en los rubros 5 (técnicos) y 19 (efectos especiales). No se tomaron en cuenta los rubros de dirección, producción o actuación.

Mendoza	32	100%
La Rioja	0	
Patagonia	**16**	**8%**
La Pampa	0	
Río Negro	6	38%
Chubut	6	38%
Neuquén	1	6%
Santa Cruz	0	
Tierra del Fuego	3	19%
Antártida	0	
Islas Malvinas y del Atlántico Sur	0	
Otros países	**2**	**1%**
S/info	**1**	**1%**
Total	**191**	**100%**

Fuente: elaboración propia en base a datos brindados por el INCAA.

El liderazgo de la región Centro Norte con Santa Fe en primer lugar, seguido por Córdoba, muestra el potencial de recursos humanos audiovisuales que reside en estas dos provincias. Otro dato a destacar es la predominancia de la Ciudad de Buenos Aires con el 91.8% respecto de la provincia de Buenos Aires con un porcentaje de 9%, dentro de la región AMBA. Dentro de las regiones dominaron algunas provincias sobre otras: como el caso de Corrientes, Chaco y Entre Ríos en el NEA; Jujuy en el NOA; Río Negro y Chubut en La Patagonia. Un caso único es la provincia de Mendoza en Nuevo Cuyo, que predominó con una 100% sobre la región. Asimismo, como puede observarse un liderazgo de provincias determinadas, en otras no intervino ningún personal técnico en las realizaciones documentales, es el caso de Tucumán, Santiago del Estero, San Luis, San Juan, La Rioja, La Pampa, Santa Cruz, Antártida e Islas Malvinas y del Atlántico Sur.

La situación particular que ha generado en la generación de recursos humanos audiovisuales se detalla en el relevamiento realizado que exhibe como un 83% del personal técnico empleado en las series documentales federales de 2010 es de la provincia de origen de la producción, mientras que un 17% fue contratado en otras

provincias[6]. Por lo tanto, mientras que la contratación de recursos humanos autóctonos es la regla que predomina en estas producciones, como es el caso de "Aventura mesopotámica" de Entre Ríos, "Pinta tu aldea" de Mendoza o "La primavera de los silencios" de Santa Fe que contrató el 100% de su personal en su propia provincia. En contraste, "Hombre Sur" de Santa Cruz contrató la totalidad de su equipo técnico en CABA y para filmar "La libertad" de Chaco se utilizó personal de las provincias de Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes y CABA.

La diversidad de los contenidos en los documentales federales

La federalización es una característica que identifica a estos documentales en su realización técnica, pero también en la producción de contenidos. Las series se emiten en 4 capítulos de veintiséis minutos cada uno. Las series documentales federales seleccionadas durante el año 2010 se detallan en la Tabla 4.

Tabla 4. Detalle de las series documentales federales. Año 2010

	Título	Origen	Temática
1	1001 noches patagónicas	Rio Negro	Historias patagónicas en la Argentina de 2001
2	4 guitarras	Chaco	Música
3	Argentinos en la Antártida	Tierra del Fuego	Historia argentina
4	Aventura Mesopotámica	Entre Ríos	Viajes, ecología, flora y fauna
5	Blanco y negro	Salta	Afroamericanos en Argentina
6	Centros clandestinos	Mendoza	Terrorismo de Estado
7	El conurbano es historia	Pcia. de Buenos Aires	Conurbano e identidades
8	El país de la vidala	Catamarca	Música, cultura
9	Extensión	Mendoza	
10	Galaxia Laguna seca	Corrientes	Filosofía
11	Gente necesaria. Historia de la educación diferente	CABA	Educación
12	Hombre sur	Santa Cruz	Trabajo
13	Indio Canal	Jujuy	Pueblos originarios, identidades

[6]Fuente: estadísticas propias en base a datos brindados por el INCAA.

14	La Libertad	Chaco	Recursos naturales, comunidad
15	La primavera de los silencios	Santa Fe	La cuestión agropecuaria
16	Latente, una historia entre dientes	Mendoza	Historia y Derechos Humanos
17	Luz mediterránea	Cordoba	Arte plástico
18	Maestros del Norte	Jujuy	Literatura del nordeste argentino
19	Militantes	Santa Fe	Militancia
20	Nosotros, campesinos	Córdoba	Trabajo campesino
21	Paraná historia de un río	Corrientes	Oficios ligados al río
22	Pinta tu aldea	Mendoza	Historias cotidianas
23	Piratas, pastores, inversores	Río Negro	Relación e/Argentina y el Reino Unido y su influencia en la Patagonia
24	Prematuros	CABA	Maternidad
25	Propiedad: Privados	CABA	Vivienda
26	Remedieras del Desierto	Mendoza	Creencias populares
27	Sin tierra en los ojos	Jujuy	Trabajo campesino, colectivo
28	Sobre los rieles de la historia	Tucumán	Trabajo, identidades
29	Sur Rock n' Roll y Después	Chubut	Música
30	Sustancias Elementales	Santa Fe	Historia

Fuente: elaboración propia en base a datos brindados por el INCAA.

Del relevamiento realizado sobre los documentales federales pueden observarse una serie de características comunes entre las producciones. Parte de las series organizan el relato de las historias en cuatro temáticas, una por cada capítulo, como es el caso de "Sustancias elementales" de Rosario, cuatro historias de vida donde los personajes construyen su cotidianeidad a partir de la relación con cada elemento (agua, aire, fuego, tierra); "Pinta tu aldea" de Mendoza, en la misma un realizador de documentales conduce a un viaje a lo largo de los cuatro puntos cardinales de Mendoza, en busca de historias cotidianas e imperceptible desde lejos; o bien la serie santacruceña "Hombre sur", dónde se retrata la rutina de cuatro personas que se desempeñan en diferentes trabajos en la provincia y el cruce de sus historias por un clima adverso, mesetas desoladas, silencios y el viento.

Una de las características que predomina en las series documentales y que determina la impronta federal de la construcción y realización de contenidos es el

predominio de historias locales en la producción de las mismas. El 83% de los documentales federales narran temáticas regionales, propias de la provincia de origen[7].

En definitiva, son las historias silenciadas e invisibilizadas por los medios de comunicación hegemónicos las que construyen esta nueva pantalla. La organización comunitaria y las experiencias del trabajo colectivo de comunidades campesinas de Córdoba; las prácticas mágicas y de curandería llevadas adelante por mujeres de la zona de Bardas Blancas, en Mendoza; la producción de energías sustentables en cuatro comunidades del interior del Chaco basada en proyectos comunitarios; o los testimonios de militantes que protagonizaron las huelgas, levantamientos y paros en el Rosariazo, el levantamiento del General Valle y el paro de ferroviarios de 1961. Las experiencias y actores que protagonizan cada una de estas series traen a la pantalla chica historias que durante años han sido relegadas por fuera de la historia, actores definidos solamente en tanto sujetos atados al relato dominante.

Tal como reza el Artículo 3°, Inciso i) de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Boletín Oficial de la República Argentina, 2009) "la participación de los medios de comunicación como formadores de sujetos, de actores sociales y de diferentes modos de comprensión de la vida y del mundo, con pluralidad de puntos de vista y debate pleno de las ideas". Es decir, la promoción de contenidos audiovisuales, en el marco de dicha legislación, permite que la pantalla comience a teñirse con las gamas del paisaje norteño, a hablarse con tonada cuyana, a cantarse y bailarse con el ritmo de la vidala o el rock patagónico, a historizarse desde los testimonios provenientes del sur mendocino sobre la última dictadura militar.

Consideraciones finales

Frente a las múltiples oportunidades que ofrece la implementación de la televisión digital, muchos países han aplicado "una visión malthusiana (pocos grupos emisores) y darwinista (la ley del más fuerte)" (Bustamante, 2012: 19). Bustamente (2012) señala como ejemplo el caso de muchos países donde los soportes digitales se han convertido en una "reiteración sin fin de las mismas ofertas de géneros, formatos y productos que ya reinaban en el paisaje analógico, e incluso en una degradación de su grado de renovación" (20).

[7]Fuente: relevamiento propio en base a datos y videos publicados en <http://www.bacua.gob.ar/> y <http://cda.gob.ar/>, consultado en junio de 2013.

En el caso argentino, la implementación de la televisión digital argentina ha tenido al Estado como protagonista absoluto tanto desde lo tecnológico como desde los contenidos. Si señalamos citando a Debray (1995) que la historia material de las transmisiones y la historia de la libertad son inseparables, una comunicación que comienza a soltar sus cadenas de los modelos de negocio hegemónicos audiovisuales está comenzando a emerger.

En este contexto, los documentales federales coordinados por el INCAA han descentralizado la producción a través de la generación de historias regionales y locales. En el contracampo de estos relatos, detrás de cámara, se encuentran muchos realizadores -ubicados fuera del área metropolitana- que tienen la oportunidad de desplegar su potencial audiovisual y apelar a nuevas audiencias.

Bibliografía

> AFSCA (2011), "Informe anual sobre contenidos de la televisión abierta argentina. Período 2010", Dirección Nacional de Supervisión y Evaluación de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ed.). disponible en <http://www.afsca.gob.ar/category/informes/>.

> AFSCA (2012), "Informe anual sobre contenidos de la televisión abierta argentina. Período 2011", Dirección Nacional de Supervisión y Evaluación de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ed.). Disponible en <http://www.afsca.gob.ar/category/informes/>.

> Boletín Oficial De La República Argentina (2009), Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, Nro. 31.756, Buenos Aires.

> Bustamante, Enrique (2012), Prólogo, "La TDT como laboratorio de tendencias y escenarios", en Albornoz L. & M. T. G. Leiva (Eds.), La televisión digital terrestre: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia, La Crujía.

> Cardoso, Lucrecia, Calvi, Germán, Fiore, Felix, Calvi, Leonardo, Direse, Ariel, Denegri, Antonella, y Lang, Gustavo (2012), "Construyendo la Televisión del Futuro", en L. Gómez (Ed.), Construyendo Historias. Ver para creer en la Televisión, La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata.

> Debray, Régis (1995), El Estado seductor: Las revoluciones mediológicas del poder. Buenos Aires, Ediciones Manantial.

> Getino, Octavio (2008), El capital de la cultura, Buenos Aires, Ediciones Ciccus.

Presencia de la TV Pública argentina en internet

Por Adrián Maglieri

El contexto televisivo convergente

El desarrollo de la *convergencia tecnológica* (Castells, 1999, 2001) ha impactado, principalmente en las últimas dos décadas, en todo el conjunto de las industrias culturales, y por supuesto la televisión, no ha estado exenta de cambios.

El producto audiovisual, que en el mundo analógico estaba asociado al soporte que lo contenía, ahora deviene en un intangible. Gracias a las redes digitales, es potencialmente "compartible" en tiempo real y a escala planetaria. Al digitalizarse, la producción audiovisual televisiva, deviene en un archivo de datos que se copia, se almacena y se transmite como cualquier otro tipo de archivo.

Para Alcalde y Reyes (2005) la existencia de este nuevo entorno digital en crecimiento, junto al desarrollo de la televisión vía satélite, las técnicas de compresión de señales y distintas redes internacionales de distribución de programas, sumado a la presencia de Internet como *"un medio más"*, han permitido alcanzar un paisaje audiovisual claramente distinto, un escenario en el que el usuario, puede moverse sin limitación aparente, encontrándose determinada su libertad de elección por la capacidad de recepción de una extensa oferta.

Estamos entonces frente a otra forma de consumo de televisión: *individualizada, propia, y personal*, con un sujeto que busca "armar" su propia grilla de contenidos, para consumirlos *cuando quiere, como quiere, y donde quiere*[1].

[1]Roel (2008), menciona que a esta nueva situación de consumo, se la conoce como "Digital Lifestyle" o Triple A en referencia a los tres vocablos anglosajones –Anywhere, Anytime y Anyway– En cualquier lugar (Anywhere), en cualquier momento (Anytime) y de todos modos, a través de diversas plataformas (Anyway).

De esta manera, la convergencia tecnológica, ha modificado sustancialmente varios aspectos básicos tanto de la comunicación audiovisual como del propio negocio televisivo. Alcalde y Reyes (2005) afirman que: producción, programación y audiencia, se han visto afectados por esta transformación.

El cambio (o intercambio) de soportes, en cuanto a la utilización y consumo de contenidos generados en televisión, también plantea la idea de una nueva televisión "por afuera del televisor", y una apropiación del contenido que ya no es efímero (si se pierde una programación ya no se podía recuperar en la emisión en vivo), sino que ahora, el contenido puede tenerse, reproducirse y hasta compartirse, en los casos que le sea posible, indefinidamente.

Desde el lado de la producción, se incentiva la experimentación en otras narrativas audiovisuales, capaces de adaptarse a la nueva realidad imbricada que ofrecen las distintas pantallas (televisor, PC, dispositivos móviles) y que ineludiblemente, condicionan este tipo de creaciones culturales.

"Los procesos de producción de contenidos deben afrontar con creatividad una etapa de experimentación que les permita adecuarse a las nuevas posibilidades narrativas que ofrece la nueva realidad digital" (Roel M., 2010:29).

Por otra parte, la posibilidad de almacenamiento o de descarga del audiovisual, hace posible darle un lugar en computadoras u otros dispositivos, a videos, o programas televisivos para poder acceder a ellos cuando lo deseemos. De alguna manera, esto implica también "hacerlos propios".

"La gran diferencia entre el cine y la televisión analógica con las nuevas pantallas parece ser esta: la descarga no sólo nos permite almacenar productos audiovisuales sino también compartirlos, grabarlos, volverlos a ver y editarlos" (Murolo, 2009:14).

Es en este nuevo paradigma digital, en el que el contenido, como se dijo, se revaloriza y adquiere trascendencia, cuando se copia y se comparte (ya que cuando "circula", es cuando adquiere mayor valor) la televisión pública argentina, encaró una serie de políticas destinadas a incrementar su presencia en la red Internet, adaptándose a los cambios que se suceden en el mercado televisivo.

Canal 7. La adaptación al nuevo paradigma

Canal 7 de Argentina, realizó en los últimos cinco años, una importante complementación de sus contenidos, emitidos por aire (analógicamente y luego en formato digital), en la red Internet.

Analizar los cambios en las formas de emisión-recepción de ciertos contenidos televisivos por el impacto de nuevas tecnologías y remitirse a la presencia de la televisión en Internet, implica situarse en el contexto de la aparición y la rápida consolidación del portal de videos *Youtube* en 2005, convertido actualmente, en uno de los de mayor tráfico mundial[2].

En 2006, el portal es adquirido por Google y se posiciona como uno de los principales lugares de visualización de videos del mundo, aunque recién lanza su versión argentina en septiembre de 2010[3], entre otras cosas, por el creciente tráfico de contenidos generado por la señal estatal argentina.

Por otra parte, la aparición en 2007 de canal Encuentro, significó el puntapié inicial para que la innovación estética y de contenidos, producida por esta novedosa señal del Ministerio de Educación, se trasladara al canal estatal.

A mediados de 2008, la creación de un área específica en el canal (área TIC), encargada de diagramar, gestionar y administrar los contenidos oficiales que serían subidos a la red, sirve para desarrollar una estrategia sólida de consolidación de la emisora estatal en internet.

Desde 2009, Canal 7 comienza a llevar algunos programas a la red Internet, modificando además su portal. Se afianzaría también en redes sociales como Facebook y Twitter, generando un vínculo distinto con el público.

Se desarrollan paralelamente al incremento de contenidos en la red, experiencias híbridas de TV, pensadas ya para un *doble modelo de emisión*: la señal televisiva (tradicional) e Internet (transmisión on-line y contenidos no lineales), como el caso del programa *Ciega a Citas* (2010), cuya idea de producción surge desde un blog y en donde su perfil en Facebook, juega un importante papel en el intercambio de opiniones con los seguidores del programa, incluso con la experiencia "arriesgada" de un doble final y votaciones del público sobre los posibles mejores finales de la serie de ficción.

Los años que van desde 2010 a 2012, muestran la evolución y el desarrollo de esta nueva área del canal, las novedosas experiencias vinculadas con la puesta a

[2]Solamente en EEUU más del 50% de la descarga de datos desde servicios de Internet fijo corresponde a la suma de *YouTube* con *Netflix*. Un 31,6% del tráfico de datos corresponde a *YouTube*, mientras que el otro 18,6% corresponde a *Netflix*, el que según la empresa tardó cuatro años en alcanzar la quinta parte del tráfico de datos en Estados unidos. Fuente: *The Wall Street Journal,* USA, Noviembre 11 de 2013.

[3]Nota sobre el lanzamiento de *YouTube* en Argentina <http://youtube-espanol.blogspot.com.ar/2010/09/youtube-se-lanza-en-argentina.html>, consultado en noviembre de 2013

disposición de los contenidos, el avance en la digitalización de los archivos históricos de la emisora y la consolidación de estos cambios, acompañada por el incremento constante del tráfico de datos, relacionados con contenidos de la TV pública.

Los avances en Internet, no solo se pensaron como una cuestión de desarrollo técnico, casi inevitable del proceso de digitalización, sino que significaron una nueva etapa, buscaron otra relación con el televidente/usuario, como también un cambio en su imagen institucional, y una incidencia positiva en el índice de visionado del propio canal.

Creación del área TIC del Canal

La puesta en marcha de un nuevo sistema de digitalización y puesta a disposición de contenidos del canal en las redes digitales, generó otro mirada hacia la importancia estratégica de ocupar las redes sociales de Internet, con el doble objetivo de: buscar nuevas formas de relación con el televidente (especialmente con uno ya "no tradicional", sino que con un perfil de manejo habitual de la red Internet) e incrementar su visionado general, asegurando además, nuevos mecanismos participativos y de intercambio del audiovisual.

En cuanto a su programación, la TV Pública "se abrió a la producción independiente, generando un circuito virtuoso que multiplicó el potencial de su estructura y la convirtió en un verdadero laboratorio para la innovación audiovisual" (Martínez, 2013, p.150).

Para la puesta en marcha de los vínculos en la red digital, se tuvieron en cuenta dos situaciones centrales del periodo de transición que vive la televisión en el proceso de convergencia tecnológica:

- Que la convergencia digital no supone la reducción del *broadcast* a las redes digitales o viceversa. Los modos híbridos promueven nuevos modelos de negocios a partir de la segmentación de la audiencia y de poder interactuar con el televidente a través de aplicaciones y no meramente a través de audio y video.
- El cambio de estatuto de los productos audiovisuales como consecuencia de la digitalización, impacta en el ciclo de vida de estos. La emisión de un programa, lejos de agotarse al momento de salir al aire, inicia en dicho momento una actividad que luego se extiende en las redes sociales, en volver a ver la emisión, en intercambios de experiencias y variantes que se da entre los propios televidentes.

Ambas cuestiones debían ser tenidas en cuenta, desde el momento de la producción de cualquier tipo de contenidos.

Los canales televisivos tienen que dedicarse hoy a la transmisión de noticieros, deportes y novelas en sincronicidad o en formato lineal, ya que lo lineal sigue teniendo algunos nichos de explotación en estos formatos, pero *el resto de los contenidos emitidos, tiende a lo no lineal*[4] (Gómez Ortega M, entrevista propia).

Hay usuarios que se tientan por el ordenado inteligente de un *play list* (no lineal) de determinados contenidos, pero podemos decir que esto está en pleno desarrollo. La dificultad que aún tiene es lograr un mayor desarrollo de una televisión interactiva y por internet, son cuestiones culturales y que el *brodcast* (transmisión masiva por aire) es muy económico todavía, comparado con el IP (ibid, 2013).

Luego del impacto producido por la aparición de canal Encuentro y la repercusión de las primeras emisiones del programa Peter Capusotto y sus videos y su viralización explosiva en la web[5], se consolida la idea de un área específica en el canal, que coordine, sistematice, promueva y defina, una política específica de emisión de contenidos en la red Internet: el área TIC.

El inicio del proceso de transformación, se produjo con la llegada de Tristán Bauer al canal y la designación para esa nueva tarea, del Ingeniero Mateo Gómez Ortega, que había participado también de la puesta en funcionamiento de Encuentro.

El avance de la digitalización de los contenidos en el canal, estuvo pensado (Gómez Ortega M, entrevista propia) en los siguientes ejes:

- La expansión de una televisión pública hacia nuevos territorios. Esto implicaba llegar a nuevas geografías dentro y fuera del país (expansión de la cobertura territorial/nuevos usuarios). Implicaba el estudio para la cobertura de rutas o lugares de tránsito por el inminente avance de conexiones móviles (lugares de tránsito de vehículos/rutas nacionales, importancia de la cobertura de la futura TDA móvil), y por la emergencia de un nuevo territorio digital de multiplataformas (un nuevo concepto de vinculación y relación de las personas en el nuevo ecosistema de comunicación).
- Ecosistema y convergencia. Es decir, un aprovechamiento de la convergencia tecnológica como base para el intercambio de contenidos audiovisuales y la

[4] El resaltado es mío.

[5] A marzo de 2013, 7 de los 10 videos más vistos de la TV pública, pertenecen al programa *Peter Capusotto y sus videos*.

expansión de los contactos entre distintas señales existentes y a crearse bajo la órbita del Estado Nacional. Significaba una ampliación real del ecosistema de medios estatales y de la presencia de los contenidos públicos y un mejor aprovechamiento de la circulación de estos contenidos, entre las señales y hacia otras (Transmisiones de contenidos de Encuentro en la TV Pública, páginas vinculadas, perfiles de internet que se entrelazan, etc).

- Aprovechamiento y recuperación de los archivos históricos. Se pensó en un aumento del ciclo de vida de los contenidos y en la posibilidad de reutilización de estos materiales, con la puesta en valor y permitiendo el acceso público a los mismos.

La digitalización de todos los contenidos de Canal 7, es la que iba a permitir nuevas experiencias y un mejor aprovechamiento de todo el material disponible.

En referencia al acceso de ese material, debe mencionarse que, "No hay nada más público y accesible para todos, que el material pueda ser compartido en Internet, y tener un uso y socialización, que los ciudadanos puedan opinar y construir conocimiento. No puede robarse, no puede ser apropiado por unos pocos". (Gómez Ortega M. entrevista)

La puesta en valor y el proceso de recuperación del material grabado de archivo y sus múltiples posibilidades de utilización, sería parte de los nuevos lineamientos del canal, desde el proyecto "Mediateca".

En referencia al nuevo tipo de vinculación con la ciudadanía, las redes digitales cambiaron la relación de proximidad entre el canal y su audiencia, aumentando su capacidad de diálogo.

La TV Pública, ha demostrado a través de más de un millón y medio de adherentes[6] en las distintas redes sociales, la riqueza potencial de esta vinculación. Se destacan las siguientes situaciones:

- Experiencias como las realizadas en la franja infantil, en que la emisión en vivo de un programa lanza una consigna de participación y los niños y niñas responden en tiempo real subiendo sus dibujos, fotos y videos, que la producción revisa y muestra al aire.
- Propuestas de participación en relación con algún tema (fue el caso del Bicentenario) donde la gente compartió sus imágenes y relatos, algunos de extraordinaria riqueza.

[6]Datos de diciembre de 2012, de "seguidores" sumando el total de todas las plataformas y perfiles oficiales del canal.

- Creación de comunidades virtuales muy activas en torno a ciertos programas, como el caso "Cocineros Argentinos".
- Creación de foros participativos, en los que se publican debates emitidos por televisión (como los ciclos: "Con sentido público", "El debate" o los noticieros "Visión 7" y "Visión siete internacional") para su continuidad y profundización con la participación de la ciudadanía.

Se espera un crecimiento en la cantidad y complejidad de las propuestas en el próximo tiempo, especialmente en la medida que el propio televisor esté conectado a Internet. "Hay que tener en cuenta sin embargo, que existe una matriz de producción televisiva que viene de décadas, y es aún muy *analógica*, por lo que se resiste a ciertos cambios" (Ruiz M, entrevista propia). Y continua:

> Para nosotros, la plataforma digital es un servicio pensado para la ciudadanía. Que los contenidos entren al debate en las redes sociales, es una verdadera democratización. Que las voces de los ciudadanos dialoguen con la producción. Queremos que lo que se produzca por la gente pueda ser difundido, apuntamos a eso, a una producción ciudadana. Es una jerarquización de la participación, en definitiva la propuesta de un diálogo de iguales.

A comienzos de 2012, se genera un *Decálogo de la política de comunicación de TV Pública en las plataformas digitales.*

Se trata de una normativa de trabajo que deja entrever los objetivos principales propuestos desde el área TIC, con una mirada puesta en el incremento de la participación ciudadana.

Se especifican allí, entre otras cuestiones, los objetivos principales de la incursión de la TV Pública en Internet, manifestándose que se trata de espacios para, "la circulación asincrónica y mundial de contenidos de la TV Pública, para su visualización -a demanda- de la ciudadanía, la difusión de contenidos a emitirse por TV, la promoción de actividades institucionales y la participación de la ciudadanía".

Sobre los que participan de la producción y moderación de las plataformas digitales de la TV Pública, se dice que:

> Las redes sociales correspondientes a proyectos editoriales de co-producción, se trabajan en diálogo y compromiso conjunto del canal y las casas productoras. Este diálogo se inicia con la presentación del presente decálogo como marco general y se definen en consenso cuestiones específicas de cada proyecto editorial.

En cuanto a la participación ciudadana, se aclara que:

> La TV Pública propone permanentemente, y en diversos proyectos editoriales, la participación de la ciudadanía convocándola a algo más que a una elección por SÍ o por NO en una encuesta, sino más bien ubicando a los participantes singulares y colectivos en la posibilidad de producir y difundir contenidos propios (...).

Por último, se enfatiza sobre la importancia de la interconexión de los distintos medios administrados desde la gestión pública así como organismo públicos, con el fin de lograr un mejor aprovechamiento y eficiencia en la circulación de los contenidos emitidos:

> Las redes sociales de TV Pública se relacionan entre sí, con las redes sociales de Radio Nacional y de los otros medios públicos nacionales, con las de instituciones relevantes del Estado como los ministerios de Salud, Educación, Justicia, etc. y con organismos que aportan al fortalecimiento de la democracia en la Argentina como las de las Abuelas de Plaza de Mayo, y también con las de los otros medios públicos nacionales de América Latina.

Hacia fines de 2012 el área TIC, cambia su nombre a "Área de Convergencia", dependiendo de la Gerencia de Ingeniería del Canal (en todo lo respectivo a la tecnología) y de la Dirección ejecutiva (en lo editorial). Contaría con una estructura de 14 personas distribuidas en el siguiente organigrama de trabajo:

- (1) Coordinación Área Web TV Pública
- (1) Administración de contenidos audiovisuales digitales.
- (1) Administración de plataformas digitales.
- (1) Responsable editorial.
- (3) Producción editorial
- (2) Asistencia de Producción
- (1) Responsable editorial por Noticiero.
- (4) Producción editorial por Noticiero

Para ese entonces, se establece el funcionamiento de grupos de *Community manager*[7] que realizarán marketing en las redes sociales, para generar tráfico en los

[7] El "Responsable de la comunidad virtual", digital, en línea o de internet, es quien actúa como auditor de una marca en los medios sociales. Cumple un nuevo rol dentro de la mercadotecnia, la Publicidad Online y la documentación. Es una profesión emergente.

distintos perfiles de los programas. Se agrupan aquí un total de 7 personas, que se vinculan diariamente con el área editorial del canal para trabajar en conjunto. Son coordinados en lo editorial con una *wiki*[8] que fija una determinada línea, indicándoles que es lo que tienen que promocionar, como tratar cada tema. Es así que los agentes, analizan y direccionan la información producida para las redes sociales, monitoreando acciones y creando estrategias de comunicación digital.

Otras de las finalidades de estos grupos de trabajo, es acercar nuevos públicos afines con la señal, ofreciendo así, formas alternativas de comunicación a los usuarios.

En total, el área Convergencia estaba conformada por 21 personas, de las cuales 14 pertenecen a la planta del canal[9].

Páginas y perfiles oficiales de Canal 7 en Internet

Desde la creación del área TIC a mediados de 2008, comienza a trabajarse en los cambios para que la televisión pública, tenga una presencia concreta en Internet y multiplique sus puntos de visionado, apuntando también a una recepción móvil.

Las principales innovaciones se realizan durante el año 2009 y son:

- El 18 de mayo se crea un perfil oficial en la red social *Facebook*
- E l 17 de junio estrena un canal de transmisión propio en *YouTube*
- El 19 de octubre estrena un nuevo sitio web, rediseñado y en una nueva dirección.
- El mismo día (19 de octubre), también incursiona en *Twitter*.
- El 10 de diciembre de ese mismo año, realiza una transmisión de prueba en vivo por Internet.

En el "Día Internacional de los Derechos Humanos" se presentó el Proyecto "Comunicarnos", Campaña argentina por el derecho a la Comunicación en un acto que se realizó en la entrada de La Televisión Pública el jueves 10 de diciembre a las 19 hs.

Se transmitió allí en vivo, una programación especial para Internet desde la siguiente página <http://www.tvpublica.com.ar/comunicarnosvivo>, aunque no se trató puntualmente de lo mismo que se transmitía por la señal oficial.

[8]Es un sitio web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador web. Los usuarios pueden crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten.

[9]Es la estructura relevada en abril de 2013.

Para febrero de 2010, se produce un cambio muy importante que impulsa fuertemente la subida de contenidos a la red, y es la incorporación de dos equipos (uno para el noticiero y otro para el resto de la programación del canal) que capturan la imagen que se transmite en vivo, guardando las 100 últimas horas, para luego permitir la fragmentación y edición de la selección que se subirá a internet. Esto permitió agilizar muchísimo la suba del material, que en los primeros casos insumía mucho más tiempo y era más esporádica.

A inicios de 2013, se experimenta en publicar ficciones en HD, como en el caso de En Terapia, con el objetivo de que a mayo de 2013 todos los contenidos subidos a internet fueran en tecnología de imagen de alta definición.

En cuanto al uso del canal Youtube y las redes de Facebook y Twitter, "hubo una enorme decisión política que fue habilitar esas cuentas y redes, porque la gente estaba ahí. Es algo que tuvo éxito, y hoy nos permite ser el primer proveedor de contenidos de Google en Latinoamérica" (Ruiz, M. entrevista propia).

Esta continua presencia de la Tv Pública en internet, le permitió, ya en marzo de 2013, alcanzar 22 millones de videos visualizados al mes y contabilizar un total de 1.7 millones de participantes en las redes y perfiles oficiales del canal.

El número de visualizaciones, es el equivalente a 7 puntos de rating, frente a un promedio mensual de 2.5 según IBOPE, para el mismo mes[10].

Estos números, "tienen cada más peso en la toma de decisiones de gestión y en la producción de contenidos. Los informes mensuales efectuados por el área de Convergencia, se confecciona para la dirección del canal, que se interesa en saber no solo cuanta gente observa los contenidos en red, sino que es lo que se dijo sobre ellos". (Ruiz, M. entrevista propia).

Otro dato llamativo, se encuentra en la creciente visualización de contenidos desde teléfonos móviles, ya que un 20% de las reproducciones de contenido no lineal en marzo de 2013, se produjeron desde equipos móviles[11].

En cuanto al *streaming,* se conectan entre 5 mil y 20 mil personas diariamente, que aunque no es un dato importante en comparación con el resto de la audiencia, si lo es para los volúmenes que se estiman para este tipo de conexiones. *Telecom*, por ejemplo, tuvo que reforzar sus servidores y aumentar los valores de

[10]La comparación, surge de convertir las 23 millones de visualizaciones efectivas en valor de rating.

[11]Informe de la TV Pública, Marzo de 2013.

acceso simultáneo a la señal ya que esta se saturaba fácilmente y se provocaban inconvenientes.

Martín Ortiz, representante de *Telecom Argentina*, manifestó en el encuentro de NeoTvLab 2012, que "durante el año 2012, la Tv Pública Argentina tuvo altos de grados de conexión a sus canales y plataformas en Internet en determinados momentos de la tarde y en eventos puntuales, principalmente en cuanto a contenidos relacionados con noticias y deportes" (Ortiz M., 2012, dixit). Agregó que "La visualización de estos contenidos se percibe como complementaria porque muchos no tienen acceso a una TV en horas de trabajo" (ibídem).

Durante 2013, se experimentó con transmisiones en *streaming* para cuestiones puntuales que no salen por la emisión de la señal en vivo, porque son muy específicas, como el caso de un debate por el documental *Guerra Guasu*[12], o la presentación de una entrevista al pensador Ernesto Laclau, o ciertos recitales o espectáculos brindados en los estudios del canal.

Sobre al manejo que tienen en redes sociales, ciertos perfiles de programas emitidos por Canal 7 y que están vinculados desde la página oficial del Canal, existen distintos acuerdos, según si el programa es propio o coproducido.

Con los programas que son coproducidos, se efectúan acuerdos de línea editorial que los que manejan las publicaciones del perfil del programa deben cumplir. Se tratan de acuerdos institucionales y en algunos casos, para ciertos contenidos. En algunos casos, se hace una geo restricción desde *Youtube*, si es que no se tienen los derechos para el exterior, por lo que solo se permite ver el contenido a los usuarios desde Argentina.

La política editorial de lo publicado por los perfiles "amigos" de la Tv pública, se desarrolla en conjunto con la productora, que en algunos casos, se complementa con la asignación de recursos humanos, encargados de la difusión compartiendo responsabilidades.

Actualmente, se está en un debate acerca de si abrir nuevos perfiles en redes sociales específicos para determinados temas (noticias, o deportes) y hasta qué punto es conveniente segmentar por temas o tener un canal generalista en Internet. Apunta Ruiz, M.: "Internet brinda la alternativa de replicar el modelo de un canal único, o experimentar con nuevos perfiles segmentados y vinculados con el principal. Se piensa en generar por ejemplo, un canal en *Youtube* exclusivo para público infantil" (Ruiz, M. entrevista propia).

[12]Ver información sobre la producción especial en <http://blogosfera.tvpublica.com.ar/guerraguasu/>, consultado en noviembre de 2013.

La estrategia del Canal en la red: primero Facebook

En la red social Facebook, Canal 7 se suma con un perfil propio, el 18 de mayo de 2009 en la dirección <http://www.facebook.com/pages/TV-Publica> y publica por primera vez un evento ese mismo día: "Tévez vs. Messi, UEFA - Final Champions League a realizarse el 27 de mayo de 2009 a la(s) 15:30".

Durante el transcurso de ese año, la señal hace publicaciones muy esporádicas, (sólo 16 en total) a modo de exploración. Son 5 publicaciones el 20 de mayo, 3 el 21 de mayo, 4 el 19 de octubre (el día del lanzamiento de su nueva página web), 1 el 7 de diciembre y finalmente 1 el 10 de diciembre.

El ritmo de publicaciones durante 2012 se incrementa hasta un promedio de 40 diarias, de acuerdo a cada situación particular, de noticias o eventos especiales que sucedan.

En su perfil en Facebook la TV Pública se presenta como: "Canal 7/TV Pública, es la televisión pública nacional argentina. Sus programas se basan en un equilibrio entre información, formación y entretenimiento. Llega a todo el país a través de 295 repetidoras, servicios de cable y www.canal7.com.ar (luego www.tvpublica.com.ar)"

En la solapa de "Información", se dice que su dirección web es http://www.tvpublica.com.ar y se detalla:

> TV Pública, es la televisión pública nacional de Argentina. Su programación es plural y diversa, basada en criterios de calidad y equilibrio entre información, formación y entretenimiento.
> TV Pública -Canal 7- es pionero de la televisión en el país. Depende del Sistema Nacional de Medios Públicos; empresa estatal que tiene también bajo su órbita las 40 estaciones de Radio Nacional Argentina.
> Con cabecera en la Ciudad de Buenos Aires, emite su señal a todo el país, a través de 295 repetidoras de aire. Su programación también puede verse en línea en www.canal7.com.ar Además, su señal está incluida en el 99,5% de los servicios de televisión por cable de todo el país.

Con el objetivo de brindar a todos los ciudadanos condiciones para ejercer el derecho a la información, trabaja en la ampliación de su red de repetidoras de aire, con la participación de las comunidades locales.

Como complementación del perfil oficial en Facebook de la TV Pública, existen otros numerosos perfiles de distintos programas que se emiten (o emitieron) por Canal 7 y que se encuentran vinculados.

En este punto, "la vinculación de cada perfil y sus contenidos, depende de cómo se negocia cada contrato con el canal. Justamente en el contrato de la productora, se establecen los términos y condiciones que pueden diferir en cada caso, pero en general no se es restrictivo" (Gómez Ortega M, entrevista propia).

El 19 de octubre de 2009, se crea el nuevo sitio de Canal 7 en la dirección <http://www.tvpublica.com.ar> que funcionó desde el inicio, como vinculante de acceso a otros motores de reproducción de contenidos como YouTube.

Hacia el año 2011, se habían registrado ya, más de dos millones de reproducciones mensuales de contenidos televisivos por la vía no-lineal (programas no vistos en vivo).

En cuanto a las visitas según ubicación geográfica de los usuarios, desde todos los dispositivos de internet, a mayo de 2012, un 75% (del total) provenían de Argentina, y de las visualizaciones locales, 65% pertenecían a CABA y Gran Buenos Aires[13].

La llegada a Youtube

En el portal de videos Youtube, la TV Pública tiene un canal propio <http://www.youtube.com/user/TVPublicaArgentina> desde el 17 de junio de 2009, en el que se encuentra parte de su programación.

Contaba con solo 121 suscriptores al 25 de octubre de 2009, a poco de lanzado, pero en abril de 2013 alcanzaría 90525 suscriptores y más de 66 millones de reproducciones desde su aparición.

En el momento del desarrollo de una plataforma especial para la reproducción de los contenidos del Canal, se pensó en la construcción de una plataforma propia, realizada con software libre, independiente de los reproductores de video mundiales (como *Vevo* o *YouTube*), y que concentrara, no solo la emisión en vivo (*streaming)*, sino los videos de series y programas ya emitidos, como los históricos que comenzarían a recuperarse desde el proyecto "Mediateca".

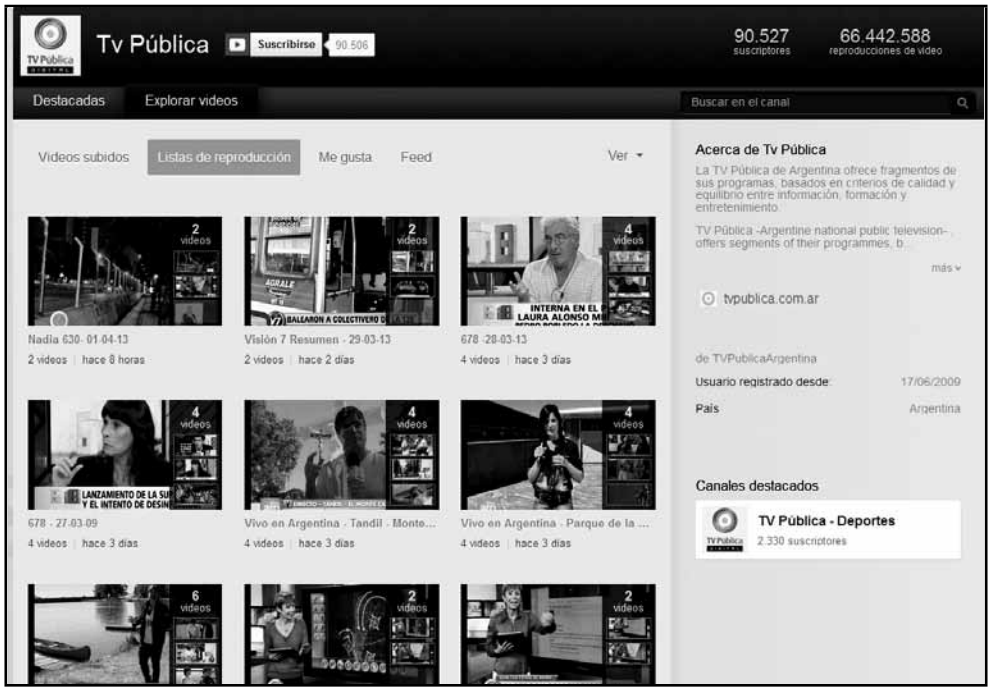
Para ello, se realizaron consultas a la UNLP (Universidad Nacional de La Plata), que desde 2008 trabajaría conjuntamente con el Canal en el desarrollo de distintas innovaciones, principalmente referidas a la interactividad, la alta definición e investigación para la TDA. Gómez Ortega Explica que

> La propia Universidad, desestimó luego esta posibilidad por las limitaciones que esa plataforma hubiera significado en cuanto a la construcción de redes para compartir

[13]Documento *"Portales de la TV Pública"*, informe de mayo de 2012.

el material y los costos que debían asumirse para su desarrollo y el mantenimiento de la misma (...) Canal 7, lejos de impedir republicar sus contenidos (como en el caso de restricciones que pueden aplicar operadores privados), no solo lo permite, sino que lo facilita. Nuestro objetivo es que se vea la mayor cantidad de veces y de las diversas formas posibles (Gómez Ortega, M. entrevista propia).

Imagen 1. Captura de pantalla. Canal 7 en youtube. 1 de abril de 2013



Debe destacarse, que las entradas al canal oficial en *YouTube* son una forma de visualización complementaria que suma usuarios para la señal y le significa además, una valorización de sus contenidos. El Canal, posee la propiedad intelectual (por contrato) de los contenidos emitidos por esta vía porque los declara (en un gran porcentaje) como de su propiedad.

Lo único que no se puede re transmitir por Internet son por ejemplo, partidos del mundial de fútbol (con derechos de la FIFA) u otros eventos en particular con derechos internacionales que no son cedidos.

En algunos casos, hay ciertos contenidos con restricción que no puede subirse a la web. Esto es porque el audiovisual tiene una cierta complejidad legal (video-audio/música-actores), y alguna de las partes involucradas en el proceso de producción puede hacer un reclamo puntual sobre los contenidos emitidos.

Lo interesante es que el acercamiento de la TV Pública con el portal *YouTub*e, fue beneficioso para ambos.

Hacia fines de 2012, las visualizaciones de contenidos de la TV Pública, observado desde la plataforma de *Youtub*e, alcanzaba el millón de videos. Para el mayor portal de reproducción de videos, significó tomar la decisión de establecerse en Argentina, con la extensión propia del país y apuntando a contenidos específicos.

Perfil oficial en Twitter

En el caso de *Twitter*, la TV Pública tiene su propio perfil (desde el 19 de octubre de 2009) en la red social en la siguiente dirección <http://twitter.com/tv_publica> y expresa en su BIO (perfil público): "La TV Pública de Argentina ofrece fragmentos de sus programas, basados en criterios de calidad y equilibrio entre información, formación y entretenimiento".

Imagen 2. Captura de pantalla. TV Pública en Twitter. Mayo 2012

Al día 25 de octubre de 2009 solo tenía 56 seguidores, a fines de mayo de 2012 (91000 seguidores y 14712 publicaciones), pero hacia inicios de abril de 2013, alcanzaba los 160115 seguidores y se contabilizaban 31029 publicaciones[14]. En este periodo (junio de 2012 a marzo de 2013) se estiman en aproximadamente 55 las publicaciones diarias en esa red social.

La TV Pública en streaming

En cuanto a la transmisión en vivo por Internet, la señal comenzó sus pruebas experimentales en diciembre de 2009, pero solo 3 años después, pudo alcanzar un aceptable nivel de calidad sin cortes en la señal.

En este punto, tuvo que ver el desarrollo de servidores de mayor potencia, aportados por la empresa *Telecom Argentina*, que sirvieron para mejorar la señal, evitar cortes, y soportar la creciente cantidad de conexiones.

Si bien puede pensarse que la mayoría de las visualizaciones de la señal en vivo, provienen del exterior del país, lo cierto es que puntualmente las conexiones a la transmisión en *streaming,* se incrementaron notablemente en 2012 desde el propio territorio argentino, especialmente en horarios de la tarde, y los días de semana.

Algunas programaciones especiales (noticias puntuales, sorteos del *Plan Pro. Cre. Ar*, o eventos deportivos en particular) incrementaban notablemente las conexiones por internet, especialmente en horarios de trabajo.

A mayo de 2012, las conexiones en vivo por internet de la señal del canal, representaban un 54% de las entradas a su página web, con aproximadamente 370.000 conexiones diarias.

De esas conexiones, 80% provenían de Argentina, en proporción distribuida según los grandes centros urbanos.

La particularidad de este tipo de transmisión, es que se utiliza no solo para la retransmisión del mismo contenido emitido en vivo, sino que se utiliza para la transmisión de eventos especiales, relacionados generalmente con encuentros, debates, etc.

Consideraciones finales

La evolución sucedida en la TV Pública Argentina en su relación con Internet, no se da en un contexto aislado, delimitado solamente a la señal televisiva sino que debe

[14]Datos del 2 de abril de 2013. Informe de TV Pública.

entenderse como un proceso más amplio, en el que están en juego la aparición de nuevas señales bajo la órbita estatal (*Encuentro*, *Paka Paka*) la puesta en marcha de la TDA (Televisión Digital Abierta), un nuevo marco regulatorio de los medios audiovisuales alcanzado con la sanción de la LSCA de 2009, y la creación de portales estatales en Internet como *Educ.ar*, junto a programas de desarrollo tecnológico como "Conectar Igualdad", y "Argentina Conectada", entre otras cuestiones.

Existieron entonces, un conjunto de políticas públicas que se entrecruzan en ciertos aspectos, y que permitieron que las intervenciones propuestas por el canal en la red Internet, tuvieran una dinámica de desarrollo importante.

Puede afirmarse que las políticas específicas de la televisión estatal argentina en las redes digitales han buscado cambiar la relación de proximidad entre el canal y los usuarios/televidentes, aumentando la capacidad de diálogo.

De los informes mensuales de datos, relevados en los documentos del área de Convergencia de la TV Pública se desprende que existe una política específica de puesta a disposición de los contenidos de la TV Pública en Internet y un seguimiento del consumo de esos contenidos en la red que comienzan a tener cada vez más incidencias en la política general de contenidos de la emisora.

Si bien aun no está establecido oficialmente, el seguimiento sistemático de los valores de participantes en las distintas redes y las interacciones realizadas por los usuarios, *constituyen una suma de valor agregado a los contenidos de TV Pública, y se traducen en una mayor cantidad efectiva de visionado*, influyendo paralelamente en los valores de *rating* convencionales admitidos.

La visualización de los contenidos no lineales impacta en el ciclo de vida de estos. La emisión de un programa no se agota al momento de salir al aire, sino que inicia en dicho momento una actividad que luego se extiende en las redes sociales, al volverse a ver la emisión, en intercambios de experiencias y variantes que se dan entre los usuarios.

La cada vez mayor cantidad de visionado e interacciones se refleja en la profundización de una política específica que busca la ampliación de espacios novedosos de participación y la innovación con la vinculación directa con los usuarios/ciudadanos.

El desarrollo de un decálogo de trabajo del área de convergencia implica un claro compromiso en el sentido de continuar con el desarrollo de este tipo de políticas en el canal estatal.

La experiencia de la TV Pública, en el periodo 2008-2013, demuestra que la creciente cantidad de participantes en sus sitios oficiales (más de un millón y medio de

adherentes en las distintas plataformas hacia fines de 2012), han servido para revalorizar su propio contenido audiovisual emitido, incrementar los procesos de interacción, aumentar potencialmente la participación y lograr experiencias novedosas, tanto desde el punto de vista técnico, como desde lo estético.

Bibliografía

> Alcalde Reyes, J. (2005), "De la forma audiovisual a la fórmula multimedia. La plurinformación televisiva", Revista TELOS, Nº 62, Enero-Marzo 2005.

> Castells, Mariano (1999), La era de la información: Economía, sociedad y cultura, vol. I, México, Siglo XXI.

> (2001), The Internet Galaxy, New York, Oxford University Press.

> Fuenzalida, Valerio (2013), "TV Pública en el escenario digital", Pensar la televisión Pública. ¿Qué modelos para América Latina?", Guerin y otros (comp.), Buenos Aires, Ed. La Crujía.

> Gómez Ortega, Mateo (2010), Miranda, A. y, Pensar los medios en la era digital, Iberoamérica frente a los desafíos de la convergencia, Buenos Aires, La Crujia.

> Martínez, Claudio (2013), "La Televisión pública como laboratorio para la innovación", Pensar la televisión Pública. ¿Qué modelos para América Latina?, Guerin y otros (comp.), Buenos Aires, Ed. La Crujía.

> Murolo, Leonardo (2009), "Nuevas pantallas frente al concepto de televisión. Un recorrido por usos y Formatos", RAZÓN Y PALABRA. Disponible en < http://www.razonypalabra.org.mx/Nuevas%20pa...pdf>.

> Ortiz, (2012), Ponencia en encuentro NeoTvLAB 2012, organizado por UNTREF.

> Roel, Marta (2008), "Audiovisual digitalization in Spain and Italy: from Neotelevision to Postelevision", Observatorio (OBS*), Journal 4, Lisboa (Portugal), pp. 95-112.

> (2010), "Desafíos de la televisión ante la consolidación del ecosistema digital". Revista digital Ámbitos, núm. 19, España, Universidad de Sevilla, pp. 25-39. Disponible en < http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16820577002>.

Otros documentos

> Ley sca - ley de servicios de comunicación audiovisual n° 26522. Disponible en <http://www.Afsca.Gob.Ar/ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual-26-522>.

> Decreto 533/2005 - creación de canal encuentro. Disponible en <http://infoleg.Mecon.Gov.Ar/infolegInternet/anexos/105000-109999/106542/norma.Htm>.

> Decreto 378/2013 - creación del archivo histórico de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva del estado nacional. Disponible en <www.Infojus.Gov.Ar/archivo.Php?Archivo=dec3782013.Pdf>.

> Documento portales de la tv pública, informe de mayo de 2012.

> Documento decálogo del área convergencia de la tv pública. Texto institucional de trabajo publicado internamente en canal 7, en marzo de 2012

> Documento televisoras públicas: diseño de producción y construcción de audiencias, informe institucional del área convergencia, presentado en el mica 2013.

> Entrevista a matero gomez ortega, creador del área tic de canal 7 y coordinador de proyectos de digitalización entre 2008-2012. Realizada por adrian maglieri, el 18 de marzo de 2013.

> Entrevista a maría fernanda ruiz, coordinadora del área convergencia 2012-2013. Realizada por adrian maglieri, el 5 de abril de 2013.

> Gómez ortega, mateo (2012). Entrevista en podcast, mayo de 2012. Disponible en <http://www.Neotvlab.Net/2011/11/entrevista-a-mateo-gomez-ortega>.

Sitios webs consultados

> Canal 7 – argentina. Portal institucional: <http://www.Tvpublica.Com.Ar>

> Canal 7 -you tube: <http://www.Youtube.Com/user/tvpublicaargentina>

> Canal 7- facebook: <http://www.Facebook.Com/tvpublica>

> Canal 7 - twitter: <https://twitter.Com/tv_publica>

> Encuentro. Canal de televisión: <http://www.Encuentro.Gov.Ar>

> Fundación telefónica: <http://sociedadinformacion.Fundacion.Telefonica.Com/telos/articulocuaderno.Asp@id

CAPÍTULO II

Sujetos e identidades en la escena audiovisual actual

- **Contenidos regionales en la televisión digital Argentina. Cultura local frente a la histórica concentración territorial.**
  Por Néstor Daniel González
-
- **Jóvenes y ficción en la TV pública**
  Por Yésica Maia Gonzalez
-
- **Combatientes: Malvinas. La memoria audiovisual en construcción**
  Por Andrés Caetano y Juan Manuel Bellini
-
- **Miralo por TV. Fútbol, espectáculo cultural y popular**
  Por María Eugenia Rosboch y Virginia Cáneva

Contenidos regionales en la televisión digital argentina
Cultura local frente a la histórica concentración territorial

Por Néstor Daniel González

La puesta en marcha del proceso de desarrollo de la televisión digital terrestre en Argentina no se la puede separar históricamente de la sanción de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Sólo dos meses antes de la aprobación de la Ley, se creó mediante el decreto 1148/2009 el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, y mediante la Resolución 1785/2009 se crea el Consejo Asesor de la Televisión Digital Terrestre con el objetivo de guiar el proceso de migración tecnológica hacia la televisión digital en la República Argentina.

Sin lugar a dudas y más allá de las tensiones que promueve el cambio de un paradigma histórico en las políticas de comunicación en el país, la impronta de la ley llegaba con todos los consensos construidos en el marco de los f**oros** participativos de consulta pública sobre el proyecto de ley, y un muy buen respaldo parlamentario.

Dicho cambio paradigmático apunta a resolver tres ejes fundamentales, en primer lugar, la concentración monopólica en la administración de licencias de radio y televisión; en segundo lugar, la redistribución de las licencias en tres partes iguales entre el sector privado con fines de lucro, el sector público y el sector privado sin fines de lucro. Esto implica la inclusión de nuevos actores encargados de producir. Y en tercer lugar, saldar una deuda histórica de la televisión argentina con la concentración territorial en la producción de contenidos que muestra una televisión que se produce en Buenos Aires y se distribuye en todo el país.

Dicha situación no sólo no refleja las diversas identidades y necesidades informativas locales y regionales, sino que además imposibilita un desarrollo productivo para artistas y productores de contenidos a lo largo y ancho del país.

Sin embargo, como parte de la puesta en marcha de la televisión digital, el Estado impulsó un conjunto de iniciativas para la promoción y producción de contenidos que no solo alimenten nuevas pantallas, sino esencialmente la articulación de capacidades productivas que con distintas identidades puedan construir un panorama federal que también dispute el actual escenario de concentración.

En ese sentido, y en el marco de dichas políticas, se distribuyeron 4000 horas de televisión de producción regional de alta calidad. Es importante resaltar que en dichas producciones se destaca el fuerte contenido de temáticas locales, tanto en géneros informativos, educativos, documentales, ficcionales, de entretenimientos, musicales, gastronómicos, turísticos, etc.

Este trabajo analiza los contenidos regionales y la presencia de lo local en las narrativas audiovisuales para la televisión digital terrestre argentina. Entre las producciones analizadas, se encuentran iniciativas pertenecientes a políticas de fomento en el marco del *Plan Piloto de Testeo y Demostración de Capacidades Instaladas* y *Fábrica de TV* desarrollados en el contexto del *Programa Polos Audiovisuales* y de distintos ciclos de fomento a la televisión digital financiados por el CIN, el Ministerio de Planificación Federal y el INCAA.

Los temas y los territorios

Desde el nacimiento de la televisión argentina, la cabecera productiva no fue otra que la ciudad de Buenos Aires. Cabecera de los cinco principales canales de televisión nacional, marcó el ritmo de una agenda que se instaló en todo el país. Y con ello, la pertinencia territorial en torno a los hechos que ocurrían en la ciudad se convertía de manera inmediata en temas de interés nacional.

Con el desarrollo de la televisión por cable y su posterior proceso de concentración monopólica, el grupo principal de distribución de servicios de televisión replica sus contenidos en cerca de 240 servicios de televisión a lo largo y ancho del país.

Los últimos estudios de concentración demuestran que los cuatro principales canales de televisión por aire del país, y que tienen sede en Buenos Aires, concentran el 96% de la audiencia y el 82,1 del porcentaje de facturación del sector. En cuanto a la televisión paga, el 54% del mercado y el 54,1 del porcentaje de facturación lo concentran el grupo Cablevisión, propietario de más de 240 sistemas de cable a lo largo del país (Becerra y Mastrini, 2009).

Pero además, el resto de los canales provinciales en manos de pequeños empresarios y los canales en manos de gobiernos provinciales retransmiten en directo o en diferido los contenidos de las grandes cadenas TELEFE y ARTEAR (del grupo Clarín). En consecuencia, más del 90% de los contenidos que se emiten en todo el país, son producidos en Buenos Aires por los cuatro principales grupos de medios audiovisuales. Y luego de la etapa reprivatizadora del sistema televisivo con la irrupción de las productoras de contenidos terciarizadas, un pequeño grupo de contenidistas del barrio porteño de Palermo concentran la gran parte de la producción televisiva.

Consecuentemente, los segmentos informativos sobre el estado del clima o el tránsito en los accesos a la ciudad de Buenos Aires se convierten en el tema principal de cada mañana en cada localidad de la extensa nación.

Y como si ello fuera poco, desde los modismos o usos lingüísticos, las expresiones sociales o artísticas, las prácticas culturales de cada región se encuentran ausentes de las pantallas nacionales. Lo nacional es una identidad porteña, desprovista de diversidades, evangelizadora y negadora de lo local.

En este marco, es que resulta de interés observar las propuestas de los temas que mayor atracción concentraron los proyectos antes mencionados y que basan el eje de la producción en temas de fuerte identificación regional.

Por ejemplo, el *Polo Litoral*, compuesto por las provincias de Santa Fe y Entre Ríos, realizó el proyecto *Aguafuertes. Crónicas del Litoral*, que está compuesto por capítulos que, desde diferentes puntos de vista tratan de rescatar historias de la región. Los tres primeros capítulos son: "Grietas en el tiempo. Paraná, capital de la Confederación", "El mundo de la orilla", y "Aminthe. Fotos de una época".

En "Grietas en el tiempo", un grupo de turistas llega a Paraná y a través de su guía, recorren la ciudad y la historia de la que fuera capital de la Confederación Argentina en 1854 y 1861, encontrando rastros aún latentes en sus calles, muros, paisajes y gentes.

Por otro lado, en "Mundo de la orilla", un fotógrafo llega a la ciudad de Paraná para conocer dos barrios que están en la costa del río: Bajada Grande y Puerto Sánchez. Allí se contacta con los vecinos del lugar quienes le contarán cómo se conformaron dichos barrios, la historia, el presente, su vida en el lugar, su actividad como pescadores y como el río corre peligro de contaminación con el paso del tiempo.

Por último, "Aminthe. Fotos de una época", rescata un lugar especial: Villa Urquiza, primer colonia agrícola militar del país creada por Urquiza en 1851. Cuna de inmigrantes, la historia se cuenta a través de la vida de uno de sus colonos, Aminthe, un fotógrafo que fue mucho más allá de documentar la vida del lugar.

El *Polo Metropolitano* ubicada en la zona sur del Área metropolitana de Buenos Aires, realizó entre otros proyectos, *Vidas del Conurbano*. El ciclo aborda historias de vida entre las que se destacan personajes como el ex boxeador Látigo Coggi y su relación con la ciudad de Quilmes, el reconocido cineasta independiente Raúl Perrone, o el cocinero televisivo Martiniano Molina, entre otros.

Asimismo, el mencionado Polo produjo el ciclo *Soy el Sur* con historias de vida de artistas regionales como el músico del Grupo Vox Dei Willy Quiroga, o el artista plástico Tito Ingenieri. En todos los casos, las historias de personajes destacados de la zona buscan su desarrollo en la historia del barrio, de sus vivencias y como las mismas se identifican con la región.

El *Polo NEA* compuesto por las provincias de Misiones, Corrientes, Chaco y Formosa, produjeron *Historias del Nordeste*. En dicho ciclo se destacan **"Manos a la olla", u**na propuesta gastronómica desde las comidas típicas de las provincias componentes del NEA. En cada lugar, un chef se encarga de conducir la preparación de platos regionales. En el caso del capítulo "Misiones", la oferta culinaria tiene como insumo central a la mandioca.

Por su parte, Huellas. Historias del Nordeste, se trata de un ciclo que ensaya la reconstrucción de la identidad de la región NEA vista por sus habitantes a través de sitios de relevancia histórico-cultural. Por otro lado, el ciclo *Nordeste natural,* asume el turismo ecológico y alternativo de forma responsable, en una región que cuenta con distintas áreas protegidas y entre las que se destacan el Parque Nacional Cataratas del Iguazú.

La construcción y defensa de las identidades por vías de lo culinario, resulta de gran interés. También lo demuestra el *Polo NOA*, compuesto por las provincias de Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero y Catamarca, mediante el ciclo televisivo *Waikuna Wasi. Sabores Andinos*. Este es un programa de cocina que buscar reafianzar los valores culturales. Las comidas típicas del Noroeste Argentino son recetas que han pasado de generación en generación. La kallapurca, el chilcan, entre otras comidas locales, marcan un tiempo y un espacio determinado, una historia y una identidad en cada producto empleado.

Por otro lado, el mismo polo realizó el proyecto *Ahí va*, noticiero de interés general basado en un informe sobre los juicios de lesa humanidad, tema muy sensible para el país pero que encuentra casos específicos en todos los rincones del país.

En el *Polo Centro*, compuesto por Córdoba, San Luis y La Pampa, el proyecto *Jóvenes Vocaciones*, es un magazine que propone mostrar diferentes opciones laborales

que tienen los estudiantes puntanos al momento de terminar el colegio secundario. El mensaje principal del ciclo es que cuando culminan sus estudios, es muy importante para su futuro perder el miedo a las situaciones desconocidas y animarse a investigar y buscar nuevas opciones.

El *Polo Patagonia Sur*, integrado por las provincias de Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego desarrolló el proyecto *El Estanciero Patagónico*, una serie basada en el tradicional juego de mesa "Estanciero" adaptado, que busca mostrar y dar a conocer las actividades que se llevan a cabo en las estancias de la Patagonia Austral. Por ello, uno de los establecimientos elegidos para el rodaje de uno de los episodios fue el de la Estancia Don José, en cercanías a la localidad de Río Mayo, al sudoeste de la provincia de Chubut. Allí se avanzó en mostrar actividades como la esquila de guanaco, el típico asado patagónico, cabalgatas y diversos emprendimientos novedosos relacionados con el campo orgánico emplazado en ese sitio, propiedad de la familia Mazquiarán.

Además, la serie incluye actividades y paisajes del noroeste santacruceño, ya que se recorrieron estancias y chacras aledañas a las ciudades de Perito Moreno y Los Antiguos, buscando mostrar otras alternativas que ofrecen esos lugares, referidos a la frutihorticultura, el turismo y la ganadería, sin olvidar de mostrar diversas curiosidades relacionados a los "premios y castigos" que existen en el juego "El Estanciero Patagónico".

Asimismo, vale destacar que el trabajo también muestra emblemáticas características de establecimientos ubicados en la zona de Cañadón Seco y Puerto Deseado, donde el objetivo se plantea también en educar a los televidentes infanto-juveniles en la historia del campo patagónico y las alternativas que existen y se han presentado buscando una reconversión económica del lugar.

Matías Barrionuevo, coordinador del Polo Patagonia Sur del Programa Polos Audiovisuales, concluye

> Al ver finalizadas las series del Plan Piloto I comenzaron a observar que no sólo se estaban haciendo videitos sino que hablábamos de nosotros mismos y que además lo hacíamos de una manera distinta y ahí empezaron a acercarse distintos sectores. Se nos generó la posibilidad de producir desde Patagonia contenidos que cuenten a la Patagonia. Hasta entonces muchas - por no decir casi todas - producciones que se realizaban eran de externos que contaban sus historias y la idiosincrasia que ellos veían. Nosotros queríamos contar lo nuestro, nuestras experiencias, expectativas, logros y frustraciones. Pero contadas por nosotros y desde nosotros mismos.

En el *Polo Patagonia Norte*, compuesto por Río Negro y Neuquén, creó el ciclo *Contando el sur*. El mismo se trata de un programa de piso, en el que se entrevista a un escritor patagónico quien habla de su obra en general y de uno de sus relatos en particular. Luego, se proyecta una adaptación de esta obra realizada por docentes del Instituto Patagónico de las Artes, dejando al final del programa un lugar para el análisis del propio escritor.

Contando el Sur tiene como intención dar a conocer los autores literarios de la Patagonia Nnorte, a través de la entrevista y la ficción de uno de sus cuentos. Pero sobre todo busca contar como es nuestro lugar y su idiosincrasia a través de historias creadas y contadas por gente de la propia región. Por otra parte, *Somos Agua que habla* es un programa de investigación y educación de temática ecológica dirigido a los adolescentes y jóvenes, y que brinda información general sobre ecología a la vez que realiza investigaciones periodísticas respecto de dicha problemática.

Otra referencia al respecto de la presencia regional se expresa en las vías de fomento para la televisión digital como la serie *Rescatistas* que cuenta la vida del cuerpo de brigada de montaña voluntario en El Chaltén, en la provincia de Santa Cruz

La necesidad de construir contenidos locales en una televisión pública resulta evidente y urgente. Y frente a la negación de las identidades y las diversidades, las respuestas sociales fueron buscadas a través de otras vías u otros medios.

Los paisajes, las comidas, los temas, las narrativas, las historias regionales son el resultado inmediato de la producción de contenidos cuando no está asociado a la hegemonía territorial y a los condicionantes del mercado.

También, los "grandes" temas del país también suelen ser puestos en debate por la televisión: la memoria, las heridas, etc. Uno de los ejemplos es la serie *Combatientes* que narra la historia de cinco soldados clase 62 y un teniente que son convocados por el ejército para ir a combatir a Malvinas y que se exhibió en la pantalla de la Televisión Pública. Otro ejemplo es *La nieta de Gardel* que aborda un supuesto romance entre Carlos Gardel y Agata Galiffi, un personaje mítico que condujo la mafia argentina en la década del 30, hija del famoso Chicho Grande, que vivió en Rosario donde tenía su centro de operaciones. *La nieta de Gardel* es dirigida por el conocido director rosarino Gustavo Postiglione. También se destacan *Germán, últimas viñetas*, inspirado en la vida y obra de Héctor Germán Oesterheld.

Por último, la serie documental *Paisanos* retrata a hombres y mujeres de alma y tradición gauchesca, recuperando sus historias en las localidades de Navarro, San Antonio de Areco, Los Toldos, Carlos Keen, Berisso, Ranchos, General Madariaga, Co-

ronel Suárez, Tapalque, General Alvear, Azul y Juan E. Barra; todas localidades en la provincia de Buenos Aires. Asimismo, el documental jerarquiza las labores de esta importante identidad nacional como la platería o el tejido.

En cuanto a las texturas locales, la tradicional - y tantas veces ocultada por la radio y la televisión - tonada cordobesa se recupera en *Nosotros campesinos* por el Movimiento Campesino de Córdoba; las voces patagónicas en *Viento sur,* como así también, el lenguaje juvenil en *Los pibes del puente* o *Escuela nocturna*.

El escenario de los debates en torno a la televisión pública estuvo históricamente centrado en el comportamiento tanto económico, político, cultural y discursivo entre otros aspectos, de los canales de televisión de propiedad de los Estados Nación. Sin embargo, en la actualidad la discusión en función del carácter público de la TV parece haber cambiado de enfoque.

Sin embargo, un significativo cambio en el enfoque lo otorga Jesús Martín Barbero (2005, pp. 35-68) al señalar que

> El mercado identifica lo público en relación con los públicos, con las audiencias, que lo designa como la diversidad de gustos y formas de consumir. Esto es la fragmentación de ofertas que hace funcionales las diferencias socioculturales a los intereses comerciales. Lo propio de la ciudadanía hoy es hallarse asociada al "reconocimiento recíproco", es decir, al derecho a informar y ser informado, hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar de las dediciones de la colectividad. Lo que los nuevos movimientos sociales y las minorías demandan no es sentirse representados sino reconocidos: hacerse visibles socialmente en la diferencia.

En definitiva, el debate sobre "lo público" trasciende la propiedad de los medios para pasar a ver la relación que construyen los medios con los ciudadanos. Sin embargo, los problemas por resolver para la televisión pública parecen estar claros y casi siempre distantes de su resolución. Por un lado, desterrar el mito de que la TV pública es sinónimo de TV del gobierno. Por otro, terminar con la confrontación entre los modelos de TV comercial vs. TV Pública. Se trata entonces, de plantear explícitamente cual es su función cultural; y uno de los aspectos que aquí queremos resaltar es cuáles son los temas que debe abordar la televisión pública.

Sin lugar a dudas, la expresión de las transformaciones producidas en las últimas dos décadas revitalizó la producción de imágenes de un país y una comunicación en disputa. Desde la concentración económica y territorial, hasta la puesta en marcha

de imágenes propias, locales y diversas, con temas de interés público, de actualidad territorial y de memoria histórica. Y, a pesar de que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual demoró cuatro años para su aplicación plena debido a los diferentes procesos de judicialización, la democratización de la comunicación ocupó un lugar en la agenda política y social que nunca antes había tenido.

Las imágenes del país, de nosotros, la representación de la realidad fueron durante más de dos décadas escenario de disputas y de construcción de una comunicación social audiovisual entre los paradigmas de lo comercial y de público, de lo comunicacional, lo político y lo estético.

Bibliografía

> Barbero, Jesús Martín (2005), "Claves de debate: Televisión Pública, Televisión Cultural: entre la renovación y la invención", en Rincón, Omar (Compilador), *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones, pp. 35 – 68.

> (1997), "El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación", en *La nueva representación política en Colombia,* , Santafé de Bogotá, FESCOL-IEPRI.

> Becerra, Martín y Mastrini, Guilllermo (2009), *Los dueños de la palabra*, Buenos Aires, Prometeo libros.

> González, Néstor Daniel (2012), "Organizaciones sociales y producción audiovisual en el contexto de la televisión digital en Argentina", *Segundo Congreso Internacional de Comunicación: Las TIC y las nuevas sociedades,* México, Universidad Autónoma de Nuevo León.

> Mazziotti, Nora (2012), "La *Televisión en Argentina", en* Orozco, Guillermo (Coordinador), *Historias de la Televisión en América Latina*, Barcelona, Gedisa Editorial.

> Postolsky, Glenn (2010), "Continuidades, desplazamientos y transformaciones en las Políticas de Comunicación en Argentina", en Sel Susana (Coordinadora), *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*, Buenos Aires, CLACSO, pp. 135-150.

Jóvenes y ficción en la TV pública

Por Yésica Maia González

Juventud y televisión

El joven como actor social y político atraviesa una etapa de re-valorización luego del vaciamiento ideológico producido por las políticas neoliberales durante el gobierno de Carlos Saúl Menem en la década de 1990. A partir de las políticas públicas de inclusión social impartidas por el gobierno del ex presidente Néstor Kirchner (2003-2007) y de la actual presidente, Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011; actualidad) la juventud vuelve a visibilizarse en el espacio público: forman agrupaciones políticas, salen a las calles a defender sus derechos, toman colegios como forma de reclamo, gozan del derecho al voto a partir de los 16 años, al tiempo que son visibilizados en la pantalla televisiva, tanto en noticieros como en programas de estudio y ficciones.

La televisión es el medio masivo de comunicación por excelencia que interpela a toda clase social. Es compleja porque trabaja con el plano auditivo y visual permitiéndole al espectador ser un observador omnisciente. Todos los recursos utilizados en este medio masivo permiten crear un escenario capaz de transportar al televidente a esa escena que se transmite por la brillante pantalla. La televisión educa de forma difusa y anónima; recorta la realidad, defiende un punto de vista, crea imágenes de lo cotidiano y las expone como verdaderas. Jesús Martín-Barbero (1989, p.11) plantea que:

> la influencia –social, política, cultural- de los medios no es explicable ni por los dispositivos psicotécnicos del aparato comunicacional ni por los intereses económicos o ideológicos a los que sirve, sino que está profundamente ligada a su capacidad de representar en algún modo los conflictos sociales y de otorgar a la gente algún tipo de identidad.

Una de las consecuencias de la aplicación de las políticas neoliberales de la década de 1990 en América Latina fue la fuerte concentración mediática y una deslegitimación de las televisiones públicas en la región. De esta manera, la construcción de una mirada monolítica y hegemónica sobre la realidad se convirtió en el patrimonio económico y simbólico de los conglomerados multimediales, ahora devenidos fuentes de poder y exclusión a la hora de crear referencias cotidianas sobre el mundo.

Como resultado de ese proceso, la mirada televisiva dominante sobre la juventud fue la estigmatización de los mismos; mirada que parece interesarse más en demostrar el acto delictivo del joven que concientizar a la sociedad sobre sus problemática. Como ejemplos, y dentro del género no-ficción, o que se pretende periodística, se puede citar a *GPS* (América TV), *Calles Salvajes* (América TV), *Policías en Acción* (Canal 13), *Cámara Testigo* (América TV), producciones en las cuales el joven es asociado a la violencia y a las clases populares. Como señala Barreras y Bugin (2012, p.52), dichos programas hacen uso de la "cámara subjetiva, con la falsa apariencia de la realidad en crudo, pseudo documental simulado (Jost) el aparente reflejo con lo real, dando como producto final una gran influencia en el imaginario colectivo y en la construcción de la figura del joven enajenado, sin futuro y lejos de pertenecer a la sociedad".

La ficción televisiva, entendida como relato popular encuentra en la televisión el soporte ideal para explicar las representaciones sociales, ya que "ningún otro sistema narrativo del presente o del pasado ha implicado a audiencias de decenas de millones de personas como las que cada día en todo el mundo se sintonizan a series y seriales televisivos" (Buonanno, 1999, p. 58).

Una de las funciones de la ficción televisiva es ofrecer una alternativa para narrar la realidad. Sin embargo, no debe entendérsela como distorsión o evasión de la realidad, por el contrario, ella "pone en contacto y habitúa a tratar con realidades simbólicas, donde suceden cosas y habitan seres de los cuales no sólo se alimenta el debate cotidiano (...) sino que también constituyen y despliegan un rico repertorio de objetos, estímulos y sugestiones" (Buonanno, 1999, p.64).

La construcción de la imagen de la juventud en la ficción televisiva estuvo asociada, principalmente, a las producciones de Cris Morena Group para la pantalla de Telefé. Algunos de los títulos como *Verano del 98* (1998), *Rebelde Way* (2002), *Floricienta* (2004), *Casi Ángeles* (2007) *o* la actual *Aliados* (2013) dan cuenta de un interés por una juventud de clase media alta que vive en micro-mundos autónomos sin conexión con un afuera social y cuyas temáticas se basan en triangulaciones amorosas, o valores

universales como la amistad, el amor y la traición. Las producciones de Cris Morena juegan así, una doble partida ya que además, son exponentes del modelo que considera a la ficción televisiva como plataforma del lanzamiento de nuevos negocios (discos, obras de teatro, películas cinematográficas, revistas, licencias de *merchandising*) a partir de los cuales los jóvenes son valorados en su capacidad de consumo.

Nueva mirada hacia la juventud: Los Pibes del Puente y Presentes

En la actualidad, Argentina vive un momento de transición inédito en materia de políticas públicas de comunicación. Frente a una televisión que llevaba más de 60 años ligada a la proyección de una identidad nacional homogénea y unívoca, la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 y el fomento de la Televisión Digital Abierta (TDA) promueven el desarrollo tecnológico y de contenidos federales, favoreciendo la producción en cada lugar de sus historias, tramas y representaciones. Más específicamente, a partir del artículo 17 de la Ley, se crea el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia, entre cuyos objetivos se destaca la promoción de contenidos de calidad dirigidos a los niños, niñas y adolescentes (artículo 153, inc. g).

En este escenario audiovisual es necesario dar cuenta acerca de la nueva mirada hacia la juventud que aportan ficciones como *Los Pibes del Puente* (Canal 7) y *Presentes* (Canal Encuentro).

Los Pibes del Puente es una miniserie dramática realizada por Patricio Salinas Salazar, María Celeste Casco y Victoria Miranda, quienes conforman la productora integral, "Nunca Jamás". Esta ficción es ganadora de la convocatoria Series de Ficciones Federales de 2010 organizada por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) para el fomento de contenidos para la TV digital. Consta de ocho episodios y fue exhibida por Canal 7 en mayo de 2012.

La ficción cuenta la historia de Luciano y Bingo, dos jóvenes criados en el Barrio Comandante Luis Piedrabuena, en Villa Lugano. Ambos trabajan en el subte desde siempre para mantener a Rosa, la mujer que los protegió de pequeños. Bingo y Luciano forman parte de un grupo de amigos cuyas historias se entrecruzan entre el abandono, la indiferencia y la violencia. Para sobrevivir, Bingo logra ganarse la confianza de un importante narcotraficante, "El Ruso", y junto a "los pibes" comienza a procesar cocaína en una fábrica abandonada. La trama se complejiza cuando Yessy, la hija de "El Ruso", deprimida por la dudosa muerte de su madre, conoce a Luciano y se enamora. Ella, encuentra en ese grupo la contención que su padre no le brinda.

A partir de allí, la historia avanza sobre las dificultades que deben enfrentar el grupo de amigos en un mundo infernal que los ahoga sin salida aparente.

Por su parte, *Presentes,* es un serial de ocho capítulos producido por el Canal Encuentro del Ministerio de Educación junto a "Mulata Films", y anunciado como "la primera ficción para jóvenes". En esta ficción se representa la vida de un grupo de adolescentes en una escuela secundaria. Cada personaje se caracteriza por su propio estilo, gusto, forma de pensar y su propia visión del mundo. El hilo conductor de la ficción es Mariana, una chica oriunda de Aluminé, Neuquén, que se muda al conurbano bonaerense con su madre recién separada y debe integrarse a un ambiente que le es ajeno. Otro de los personajes, Nacho, se enfrenta a una realidad económica y familiar adversa, y se plantea la posibilidad de retomar el colegio. Por su parte, Carla debe lidiar con una madre ausente y una relación enfermiza con su novio. Luca combate sus inseguridades personales escudado en una actitud soberbia, mientras que Natu debe hacerse cargo de sus sentimientos sin importar las consecuencias. Chifle busca su primera experiencia sexual; Estefi pelea por lo que cree justo ante la indiferencia de sus pares, y Federico persevera en su vocación de músico.

Presentes es la primera ficción de televisión pública destinada a jóvenes cuya temática es la adolescencia. La serie propone mostrar las vivencias de los jóvenes en su transición de la niñez a la adultez. Los temas a los que se enfrentan los personajes de esta ficción abarcan: afrontar la separación de los padres; lidiar con la ausencia de ellos; ingresar a un nuevo colegio; comenzar relaciones nuevas a costa de ganarse la simpatía de unos y el odio de otros; enamorarse; estudiar y trabajar en simultáneo; resistir al camino fácil y errado; perseverar y defender lo que se siente, se piensa, y se anhela. Por otra parte, el rol de los padres es determinante en la actitud futura del joven. Aquí se muestra quiénes apoyan, quiénes contienen a sus hijos, y qué clase de ejemplo les brindan.

Finalmente, podría decirse que a pesar de todas las diferencias que existen entre la vida de uno y otro adolescente, hay ciertos aspectos que cruzan de forma transversal a todos ellos. Un ejemplo, es la música, bien explicitado en *Presentes.* En uno de los capítulos de esta ficción se juega con una canción de la artista *Adele:* mientras suena dicha canción, ésta adquiere diversos estilos musicales con los cuales se identifica cada uno de los personajes. Otra característica de esta telefícción es que muestra cómo jóvenes que pertenecen a una misma sociedad y que asisten a una misma escuela, tienen diferentes formas de entender el mundo.

Si bien en *Presentes* la violencia no ocupa el tema central de la historia, sí se muestra el acoso escolar entre pares (*bulling*), lo cual representa una de las tantas formas que tiene de manifestarse la violencia.

En contraste, en *Los Pibes del Puente*, la violencia es concebida desde el principio de la miniserie hasta el final. La ausencia de familias responsables y el abandono provocan un trauma en los chicos de la calle. Ante esta situación, se crean nuevos vínculos, lazos con personas extra-familiares (chicos en situación de calle y adultos que se hacen cargo de ellos por amor y compasión). Esta ficción gira en torno a la vida de adolescentes pero también, son representados niños y adultos marginados de la sociedad. Pareciera que se trata de un círculo vicioso: los chicos nacen, crecen y mueren sin encontrar ninguna salida a su situación. Ahí es cuando, el narcotráfico se presenta como la única alternativa accesible para el cambio de vida que buscan "los Pibes del Puente".

Al igual que en *Presentes*, en *Los Pibes del Puente* hay ciertos aspectos que atraviesan a los jóvenes de cualquier clase social: las drogas y la falta de contención por parte de las familias. Un ejemplo de ello, es la frialdad que tiene "El Ruso", el dueño de la fábrica de cocaína, con su hija Yessy, y que provoca que ella haga todo lo posible para escapar de su realidad a pesar de las comodidades de su hogar.

Por otra parte, las "etiquetas" que coloca la sociedad también son representadas en esta ficción. En uno de los episodios esto se materializa mediante la actitud de la empleada doméstica de "El Ruso", quien advierte en la puerta de la gran casona a dos chicos vestidos con ropas deportivas y en moto. Para la lógica de la empleada y sus vecinos esos chicos por su apariencia son, sin lugar a duda, "delincuentes", y es necesario que el personal de seguridad del barrio adinerado esté alerta.

A pesar de los conflictos que enfrentan los personajes de *Los Pibes...*, el valor de la amistad, el deseo por un futuro mejor, la conciencia acerca de lo que hacen –por necesidad-, el esfuerzo de querer cambiar de vida, y la esperanza de que a sus hijos no les suceda lo mismo, también son cuestiones que aparecen tematizadas en el relato.

Identidad juvenil, ficción televisiva y violencia

La identidad juvenil ha despertado gran interés en muchos teóricos de la Comunicación en América Latina. Se destacan los aportes de Rossana Reguillo Cruz, Omar Rincón, Gilberto Giménez y Jesús Martín-Barbero, al igual que los análisis de Florencia Saintout respecto a la imagen que los medios masivos crean acerca de los jóvenes.

La identidad juvenil, la ficción televisiva y la violencia son tres grandes universos que convergen en la temática de este artículo: los jóvenes como actores sociales activos; la ficción televisiva como mediación; y la violencia, como temática transversal.

La ficción televisiva actúa como "mediación" (Martín-Barbero, 2003), como lugar de producción de sentido; y es a través de ella que la "escenificación y narración de los conflictos cotidianos resulta una de las estrategias privilegiadas por los jóvenes como una forma de ser visibles tanto sus propios conflictos como las posibles salidas que son capaces de proponer" (Arancibia, 2009, p.124).

Tanto *Los Pibes del Puente* como *Presentes* ofrecen al espectador un abanico de posibilidades que permiten comprender-conocer a los jóvenes. Producciones con temáticas reales, ligadas al adolescente, sus amistades, sus problemáticas económicas, familiares, y sus diversas visiones del mundo, rompen con el esquema ficcional que el espectador acostumbra a ver. Se trata de acercar la voz del adolescente a través de la voz del actor. Cada capítulo de estas ficciones narra lo que los jóvenes piensan, qué los motiva, qué los afecta, qué los destruye. Cada historia expresa que todo accionar del mundo adulto repercute en el mundo joven, con sus aspectos positivos y negativos.

La lógica de producción de sentido a la cual han apuntado los medios masivos de comunicación para representar a los jóvenes fue la construcción de una clasificación-molde común a todos ellos: jóvenes irracionales y naturalmente violentos, carentes de historia, e individuales (Saintout, 2009, p. 46). Según Florencia Saintout, la violencia es un "hecho social y subjetivo, y está ligada a las relaciones desiguales de poder y la vulnerabilidad de unos en manos de otros" (2009, pp. 46-47). La solución que presentaron los distintos gobiernos fue reprimir la violencia mediante métodos aún más violentos, como es el caso de torturas, encierros en condiciones infrahumanas, y sin ninguna contención que permita ayudar al joven a cambiar de actitud. Sucede que si existe violencia material (por ejemplo, un robo) es porque detrás se esconde una violencia en el plano de lo simbólico: la ausencia de leyes y apoyo hacen que el joven recurra a la violencia mediante su propia fuerza para expresar su malestar. Al verse sin la contención debida de la familia, de la escuela, y de la sociedad en sí, el joven naufraga entre las corrientes del mercado cuyas leyes son las únicas que aparecen visibles. El consumo los excluye pero ellos recurren a la violencia para poder obtener aquello que les permita ingresar y reconocerse en la sociedad. Muchos de estos jóvenes llegan al punto de seguir las leyes de un mercado oscuro y peligroso, como es el de la droga.

Esta perspectiva nos permite analizar la narrativa de *Los Pibes del Puente*. La droga es el eje central de esta ficción y los personajes representan la realidad de

muchos jóvenes que se encuentran marginados por una sociedad desintegrada y desinteresada. A decir de Saintout (2009), los jóvenes construyen racionalmente un método para concretar sus objetivos en una sociedad despreciativa. Ellos tienen historia, motivos y también, memoria. Sin embargo, el camino que eligen es el de la violencia porque ésta forma parte de su cotidianidad. Para *Los Pibes del Puente* era natural que existan conflictos entre ellos y los adultos encargados del mercado de la droga. Los enfrentamientos, discusiones, agresiones verbales y físicas les parecían habituales. En el caso de *Presentes*, la actitud burlona y despreciativa de Carla y Natu hacia la "chica nueva", Mariana, también les era natural. Lo que intentaban estas jóvenes era construir una coraza que las protegiera de sus debilidades y construyeron un "método" egoísta y agresivo para relacionarse con sus compañeros.

Es preciso destacar que la violencia comprende el universo físico, psicológico y simbólico en múltiples escenarios. Quienes también han estudiado acerca de los jóvenes y la violencia han sido Omar Rincón y Jorge Bonilla. Ambos autores han llevado a cabo un estudio a jóvenes colombianos sobre violencia y televisión, el cual demostró que "la violencia también tiene lugar cuando existe la intolerancia, la corrupción, los asesinatos, la injusticia, la falta de educación, y la presencia de actores armados al margen de la ley"[1]. Esto es lo que se evidencia en las ficciones que aquí se analizan; y esta es otra de las temáticas que se destacan en *Presentes.* Allí, se representa la intolerancia por parte de los padres o las autoridades educativas para con los adolescentes. Esta intolerancia suele acompañarse de una incomprensión que lleva al joven a lamentarse por sus acciones aunque estas fuesen bienintencionadas. En *Los Pibes del Puente*, los adolescentes se encuentran atravesados por todos los componentes negativos de la sociedad que Rincón y Bonilla destacan. En principio, estos jóvenes sufren el abandono familiar, educativo y social, seguido de la caída en las redes de la marginalidad y el desprecio, lo cual termina dirigiendo sus pasos hacia formas de vida aún más violentas y peligrosas. Finalmente, la muerte trágica delimita el destino de muchos de estos jóvenes.

En cuanto a la noción de identidad juvenil, Rossana Reguillo Cruz (2000) sostiene que existe una forma organizativa adoptada por los jóvenes que actúa como "protección y seguridad ante un orden que los excluye y que, hacia el interior, han venido operando como espacio de pertenencia y adscripción identitaria" (2000, p. 14).

[1]Disponible en <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/53-revista-dialogo-violencia-en-la-pantalla-de-la-tv.pdf>, consultado en junio 2013.

Esta forma organizativa puede comprenderse, por ejemplo, en *Los Pibes del Puente*. El grupo de jóvenes posee sus propios códigos, valores y un determinado vocabulario que les permite nombrar y relacionarse con el mundo. Esas formas sólo serán entendidas por aquellos que pertenecen a dicho grupo.

A través de diversos mecanismos o formas organizativas los jóvenes construyen su identidad. La vestimenta, por ejemplo, actúa como soporte de ese universo simbólico, tanto para identificarse como para diferenciarse del resto. Sin embargo, la "socioestética" (Reguillo Cruz, 2000. p. 97) es compleja. Si un joven quiere formar parte de un determinado grupo, recurre a "moldearse" externamente para parecerse a ellos y así ser aceptado. Pero si un joven es identificado y "etiquetado" por la sociedad sólo por su forma de vestirse, corre el riesgo de perder su identidad individual que comprende muchos otros aspectos, algunos de los cuales no son solamente externos, como la moda, sino formas de pensar, sentir y conocer.

En las ficciones de la televisión pública esto se refleja en múltiples escenas, pero aquello mostrado es la reacción de la sociedad respecto a los jóvenes. En *Los Pibes del Puente,* por ejemplo, cuando el grupo de amigos quiere hacer compras en un local de ropa, la vendedora ya tiene un "preconcepto", una "etiqueta" destinada para esos jóvenes por su forma de vestirse y hablar, y los amenaza con llamar a la policía. La "etiqueta" del joven "delincuente" se repite en el mundo real, y eso intentan reflejar las ficciones televisivas para poner al descubierto los prejuicios de la sociedad.

En *Presentes* las "etiquetas" también aparecen en boca de los compañeros de curso. Cuando Mariana llega al nuevo colegio y tiene su primer día de clase, Carla y Natu son las encargadas de designar una "etiqueta" y una descripción breve (y prejuiciosa) a cada uno de sus compañeros. A Estefi la "etiquetan" como "hippie", a Federico como "payaso con la gorra", y hasta a la propia Mariana le asignaron la "etiqueta" de "alucinadita" (en alusión a Aluminé) y "neuqueña" (en lugar de neuquina).

Ahora bien, es necesario dar cuenta acerca del aporte realizado por Gilberto Giménez (2009), quien concibe a la identidad como "un proceso subjetivo (y frecuentemente auto-reflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante la auto-designación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo"[2].

[2]Disponible en <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722009000100001>, consultado en junio de 2013.

Dicha noción, podría resumirse en: la visión que los jóvenes tienen de sí mismos, la visión que los jóvenes piensan que los demás tienen de ellos, y qué visión tienen los otros de ellos.

La advertencia que le hace Luciano a Yessy, la hija de "El Ruso", en *Los Pibes del Puente* respecto a las diferencias que éste nota entre ambos es un ejemplo. Luciano quiere apartar a Yessy de su lado por la gran brecha económica que los divide. Sin embargo, la joven prefiere quedarse con él y renunciar a una vida de lujos porque es infeliz a causa de la ausencia afectiva de su padre. *Los Pibes* identifican a Yessy como una "cheta" (joven de clase acomodada) cuyos códigos y costumbres difieren a los de ellos. Sin embargo, terminan aceptándola porque el amor se presenta como eje transversal de toda clase social. Por su parte, la visión que Mariana *(Presentes)* piensa que sus compañeros tienen de ella la perturba de tal forma que, en un principio, intenta ser lo menos comunicativa posible con ellos. Incluso, se evidencia su debate interno entre "contar la verdad" de su historia, y lo que ella "puede contar" a sus pares para ser aceptada.

Ambas ficciones contienen múltiples temáticas que se caracterizan por su complejidad. En ellas no aparecen los príncipes azules ni las princesas de los cuentos de hadas. Tampoco hay familias ni sociedades perfectas. Por el contrario, hay representaciones de adolescentes de diverso origen socioeconómico, con gustos, inclinaciones, ideales y pensamientos diferentes. En ellas, se manifiestan jóvenes activos que participan de una sociedad compleja, heterogénea y desigual. No obstante, estos adolescentes, desde diversas coordenadas luchan por un cambio, por una nueva mirada.

Palabras finales

Si en las décadas de 1960 y 1970, el joven era visto como un actor social activo y formaba parte de una fuerza política que apoyaba a los trabajadores en sus luchas, y se movilizaba por sus ideales, a fines de la década de 1980 y principio de 1990, el joven adquiere una nueva denominación: el delincuente, el violento, categorización que se extiende hasta nuestros días. A pesar de ello, hoy existe un esfuerzo por des-estigmatizar la visión del joven, y una forma de hacerlo es mediante la ficción televisiva.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 tiene por objeto abrir el juego para que las distintas miradas del joven y sus formas de interpretar al mundo puedan ser compartidas. Ficciones televisivas como *Los Pibes del Puente* y *Presentes*, tienen mucho para decir al respecto.

Bibliografía

> Arancibia, Víctor (2009), "Mi mirada, nuestra mirada. Los modos de narrar y de representar el mundo de los jóvenes salteños", Oficios Terrestres, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP), Buenos Aires.

> Barreras, L.; Bugin, C. (2013), "Jóvenes, violencia y medios. Una mirada a las pantallas argentinas", Revista Question, Vol. 1, N.° 37. Disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1755/1465>.

> Buonanno, Milly (1999), El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales, Barcelona, Gedisa.

> Giménez, Gilberto (2009), "Cultura, identidad y memoria. Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas", Revista Frontera norte, v.21 n.41, México. Disponible en <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722009000100001>

> Martín-Barbero, Jesús (1989), "Violencias televisadas", Revista Hojas universitarias", Vol. IV, No. 33, Bogotá.

> (2003). De los medios a las mediaciones. Bogotá, Convenio Andrés Bello.

> Reguillo Cruz, Rossana (2000), Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto, Colombia, Grupo Editorial Norma.

> Rincón, Omar; Bonilla, Jorge. "Violencia en pantalla: Televisión, Jóvenes y Violencia en Colombia". Disponible en <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/53-revista-dialogo-violencia-en-la-pantalla-de-la-tv.pdf>.

> Saintout, Florencia (2009). "Jóvenes y violencia: Ante las clasificaciones mediáticas de los demás", Oficios Terrestres, Buenos Aires, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP).

Combatientes: Malvinas.
La memoria audiovisual en construcción

Por Andrés Caetano y Juan Manuel Bellini

Eduardo Galeano escribió que "el verdadero lenguaje es el que nace de la necesidad de decir" (Galeano, 1994, s/p). *Combatientes* es el resultado de esas urgentes ganas de contar. Las ficciones y documentales creados a partir de los concursos de la televisión digital y en el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual tienen ese origen.

Combatientes[1], la serie dirigida por Jerónimo Paz Clemente y Tomás de Las Heras, trabaja sobre la representación de un conflicto que resignificó el pasado y transformó el futuro no sólo de sus protagonistas directos sino de toda una sociedad. A partir de historias reales de ex combatientes, los directores construyen una historia en la cual la necesidad de recordar de un soldado es la contrapartida de un proceso por el cual el olvido parecía cubrir la vida de miles de jóvenes.

En este trabajo nos proponemos revisar cómo y por qué *Combatientes* nos ayuda a comprender que desde hace más de treinta años la palabra "Malvinas" forma parte de la construcción de la memoria argentina. Antes de entrar en el análisis de la serie conviene observar los modos en los que el cine, la televisión, la literatura y la música representaron la guerra, ya que esto nos permitirá observar el quiebre que significa *Combatientes* en la forma de contar el conflicto.

[1]Serie surgida del Concurso de Fomento TDA, impulsado por el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, junto al Incaa y a la Universidad de San Martín. Se trasmitió por la Televisión Pública y está disponible en la plataforma <http://cda.gob.ar/>, consultado el 30 de mayo de 2013.

Imágenes en guerra

Con el retorno de la democracia, el cine argentino recuperaba a directores que habían partido al exilio o que se refugiaron en la publicidad por no poder filmar en épocas de dictadura. También se dio el caso de directores que podían saltar de filmes propagandísticos de la dictadura militar a críticos de ella, como el caso de Emilio Vieyra, que en pocos años pasó de *Comandos Azules* (1980) a *El poder de la censura* (1983). Se veían en el cine torturas, seguimientos, muertes que habían sido silenciadas. La guerra de Malvinas fue otro episodio dentro de la dictadura y en 1984 Bebe Kamin dirigía *Los Chicos de la Guerra* que se convirtió en un éxito.

En el elenco de dicho film figuraban Héctor Alterio, quien en los '70 actuó en películas célebres como *La Tregua*, *Quebracho*, *La Patagonia Rebelde*, quien debió exiliarse continuando su carrera en España; Carlos Carella, que había formado parte de *Teatro Abierto*, una experiencia que promovía ganarle la calle al militarismo dominante; Miguel Ángel Solá de profusa filmografía en esa democracia incipiente; y también actores jóvenes, aún desconocidos, como Emilia Mazer y Boy Olmi. En *Los chicos...* Alterio era un militar que sentía orgullo de que su hijo fuera a pelear a las islas; el hijo no pensaba lo mismo. Ulises Dumont era un comerciante que celebraba que uno de sus empleados, de origen humilde, fuera de voluntario a Malvinas y que cuando éste volvió derrotado, no le brindó ninguna oportunidad. La crítica al autoritarismo también se veía en el personaje de Solá: un profesor de educación física que en la escuela se comportaba como si estuviese en un cuartel. El concepto de "chicos de la guerra" fue muy criticado, sobre todo por los sectores de derecha. Estos chicos estaban presentados como humanos con miedo, con sexo y víctimas del uso de los militares de turno. El rock que había empezado a ganar las radios – ya que habían prohibido la música en inglés- estaba representado en un concierto de Juan Carlos Baglietto.

Muchas películas sobre la dictadura en la década de 1980 tenían un manejo maniqueo de la situación y avalaban, quizás a su pesar, la "teoría de los dos demonios". Una forma de hacerlo era ocultando el carácter de militantes de las víctimas del terrorismo de Estado. Algo que está presente en *La Historia Oficial* (1985) de Luis Puenzo, film que obtuvo el primer premio *Oscar* de la cinematografía argentina.

Se podría hacer un corpus considerable de películas que esa década trataron el tema de la represión ilegal, pero poco se filmó sobre Malvinas. De hecho, hubo que esperar hasta 1995, cuando Bruno Stagnaro dirigió el cortometraje *Guarisove*, un relato con humor sobre las Islas. En apenas poco más de nueve minutos, el relato muestra a un grupo de soldados que hacían revivir una radio para escuchar a Boca

Junior. Ante los disparos, uno de los *colimbas* grita: "Dejate de romper las pelotas, no se escucha un carajo". Fuera de las trincheras, los conscriptos chapoteaban en el barro al tiempo que se tomaban conciencia que se habían tiroteando con otros soldados argentinos. La cobardía de militares de grado quedaba expuesta cuando un *colimba* contaba que su capitán "se había ido corriendo". En otro pasaje, luego de expresar que "los argentinos tenemos huevos", se encuentran con un kelper que pastorea ovejas y que al estilo John Lennon les dice: "la guerra terminó". No obstante, los conscriptos no le creen y gritan "vamos ganando". El cortometraje de Stagnaro cierra el relato con la canción *Botas Locas* del grupo *Sui Generis*, que clama: "Yo formé parte de un ejército de locos, tenía veinte años y el pelo muy corto".

Esta producción de Bruno Stagnaro contó con la colaboración de Rodolfo Mórtola y Héctor Collodoro, quienes solían trabajar con el cineasta Leonardo Favio. El subtítulo de *Guarisova* es *Los Olvidados*, y remite al clásico de Luis Buñuel (de 1950), donde el director español contaba la historia de marginalidad de unos chicos mexicanos olvidados por la sociedad. Análogamente, un panorama similar fue el que sintieron muchos ex combatientes luego de la guerra.

En 1998, Bruno Stagnaro junto a Adrián Caetano dirigieron otra historia de olvidados: *Pizza, Birra, Faso* Así, inauguraba junto a *Mundo Grúa* de Pablo Trapero y *La Ciénaga* de Lucrecia Martel el denominado *Nuevo Cine Argentino*. No fue casual entonces que uno de los fundadores haya sido el mismo que en pocos minutos pudo sintetizar algo tan complejo como una guerra entre una dictadura genocida del Tercer Mundo frente a uno de los representantes más sangrientos del imperialismo.

En 2005, bajo la dirección de Tristán Bauer, se estrenó el film *Iluminados por el Fuego*. El film estaba basado en las experiencias del periodista Edgardo Esteban en Malvinas (interpretado por Gastón Pauls) y en términos de recaudación fue un éxito comercial. *Iluminados...* era una película sin demasiadas sorpresas, con acompañamiento musical de León Gieco, y con temáticas similares a las de diversos documentales que mostraba la televisión. El núcleo del film pasaba por la denuncia a las atrocidades cometidas por las autoridades militares frente a sus subordinados. Fue un éxito en un contexto donde la sociedad argentina quería conocer más sobre lo ocurrido en la última dictadura militar; donde un nuevo gobierno impulsaba los juicios contra represores, y llevaba a la sociedad un discurso muy crítico sobre el rol de las fuerzas armadas y los cómplices civiles durante los años de plomo.

Por su parte, en televisión cuando se avecina la fecha conmemorativa del 2 de abril, se reproducen informes sobre las Malvinas, ya sea en noticieros o en programas

especiales. No abundan demasiado las ficciones sobre el tema. No obstante, una excepción fue uno de los programas de *Lo Que el Tiempo Nos Dejó*: un ciclo emitido por Telefé en 2010 bajo el cuidado del historiador Felipe Pigna y la dirección de Adrián Caetano. Uno de los episodios, titulado "Los niños que escriben en el cielo" (que remite a la canción de *Spinetta Jade*), intentaba mostrar la manipulación televisiva a través de un programa de preguntas y respuestas. Las actuaciones eran de Fabián Vena, Carlos Belloso (un actor que estuvo cerca de ir a la guerra de Malvinas) y Julieta Ortega. Dicha ficción demostraba cómo la manipulación se ejercía a través de los programas especiales de Cacho Fontana y Pinky, o por medio del noticiero conducido por José Ignacio Fuentes (recuperados por el episodio como archivos). No obstante, la historia que se narraba en este programa no parecía estar a la altura de un gran director como Caetano.

En televisión también se puede mencionar que *Crónica TV* suele presentar noticias sucedidas en Inglaterra, llamando a los habitantes de ese país como "piratas".

Musicalizar el conflicto

El rock argentino había nacido en la década de 1960. Muchos jóvenes influenciados por *The Beatles*, Jimi Hendrix, Bob Dylan, o los *Rolling Stones*, tomaron la idea de hacer rock en castellano. Entre los pioneros figuran Tanguito, Moris, Lito Nebbia, Javier Martínez, Miguel Abuelo, Luis Alberto Spinetta, y Billy Bond. Todo ellos conocieron la represión durante el gobierno de facto de Juan Carlos Onganía, que se acentuaría con la última dictadura militar. Frente a Malvinas, el régimen no dudó en echar mano a todo lo que tuviera a su alcance para justificar la guerra. Ante la prohibición de la música en inglés, las radios comenzaron a pasar discos de rockeros argentinos y se produjo el *Festival de la Solidaridad Latinoamericana*. El recital tuvo lugar en el Estadio Obras Sanitarias el 16 de mayo de 1982 y participaron, entre otros, los músicos Lito Nebbia y León Gieco (quienes sufrieron años de exilio), Juan Carlos Baglietto, Rubén Rada, Raúl Porchetto, Pappo, Luis Alberto Spinetta, y Charly García. Los músicos reclamaban paz, sin embargo, aun sigue abierto el debate sobre si fue correcto o no haber participado de tal show.

El grupo *Virus* (formado, entre otros, por los hermanos Federico, Marcelo y Julio Moura) cuestionó desde su disco *Recrudece* (1982) a través del tema *El Banquete* a quienes formaron parte del Festival. La letra tiene frases como "han sacrificado jóvenes terneros para preparar una cena oficial, se ha autorizado un montón de dinero pero prometen un menú magistral" (...) "pero cuidado ahora los argentinos andamos

muy delicados de los intestinos". Jorge, el hermano mayor de los Moura, fue secuestrado en 1977 en su casa de City Bell, y es uno de los treinta mil desaparecidos.

Diversas canciones hacen referencia a Malvinas. Un joven Andrés Calamaro fue el autor de *Mil Horas*, del disco *Vasos y Besos* (1983) de los Abuelos de la Nada. Allí se preguntaba "¿para qué sirven las guerras?".

Un grupo que irrumpió a fuerza punk en los albores de la democracia fueron *Los Violadores* que en su segundo disco (*Y ahora qué pasa, eh,* 1985) incluyeron la canción *Comunicado Nº 166* con una letra que alude directamente a Malvinas. Se destacan frases como "la gran batalla ha terminado, el pueblo convocado a la plaza ha llegado. Quiere saber la situación pero ese día al balcón nadie se asomó. El borracho se cagó" (...) "reina la confusión en las calles y en el gobierno, los Sea Harriers ya se han ido, la batalla ha terminado, nos dejaron varios muertos y cientos de mutilados". El tema cierra con un elocuente "fuck Maggie" dedicado a Margaret Thatcher.

Desde el otro lado del océano, en 1983, *Pink Floyd*, banda británica que tenía como tema recurrente a las guerras, también tematizaba la cuestión Malvinas. En el último disco editado junto a Roger Waters se encontraba el tema *Get Your Filthy Hands Off My Desert*, donde una de las líneas trataba acerca de que "Galtieri tomó Union Jack". Previa a su última llegada a la Argentina, en 2012, para brindar una serie de conciertos en River Plate, Waters comentó ante un periodista chileno que las Malvinas "deberían ser argentinas". Nuevamente en su país, el músico negó tales declaraciones.

Por su parte, el grupo *Los Encargados*, cuyo líder fue Daniel Melero, registra un solo disco (*Silencio*, 1986), donde su tema más popular fue *Trátame Suavemente*. La letra del tema habla acerca de que "alguien me ha dicho que la soledad se esconde tras tus ojos y que tu blusa atora sentimientos". El origen de tal letra, según contó Melero, fue un discurso del dictador Leopoldo Fortunato Galtieri durante Malvinas: "la estética militar siempre me pareció medio gay, pero era eso de lo de 'tu blusa atora sentimientos' " (Revsita *Rolling Stone*, 2002).

Finalmente, el músico popular Raúl Porchetto, editó en 1983 el disco *Reina Madre*, que hacía referencia a la cuestión Malvinas. El tema homónimo donde aparecen aviones, barcos, y municiones comienza alegando: "sonriendo, despidió a su madre, iba al Sur del Atlántico".

Con la pluma

La literatura argentina no fue ajena a la guerra de Malvinas. Desde el tono solemne de *Juan López y John Ward*, poesía escrita por Jorge Luis Borges hasta el humor de

A sus plantas rendido un león de Osvaldo Soriano; pasando también por la visión de Martín Kohan, Carlos Gamerro, Rodrigo Fresán y Rodolfo Fogwill, distintas posiciones fueron esgrimidas acerca de la guerra desde la tinta y el papel.

El poema de Borges, publicado en 1985, plantea que los hechos sucedieron en un tiempo que no podemos entender. John Ward es el soldado británico y Juan López el argentino. Ambos mueren en la nieve y el frío, y los describe a cada uno cual Caín y Abel. Por su parte, Soriano en su novela de 1988 traslada la acción al África donde un cónsul argentino tiene más de un problema con su par inglés cuando se desata el conflicto. En la narrativa aparece incluso, un ejército formado por gorilas. Alberto Olmedo quiso llevar esta novela al cine y encarnar él mismo el papel del cónsul Bertoldi. Con su muerte, el proyecto quedó trunco.

Rodolfo Fogwill escribió *Los Pichiciegos* mientras la guerra se desarrollaba. El libro combina humor, crueldad, comentarios políticos y críticas; un rasgo típico de su literatura. Los "pichis" son soldados argentinos que sobreviven bajo tierra, dejan de ser argentinos y no pasan a convertirse en ingleses. Puig, Borges, Santucho y Firmenich aparecen con sus nombres originales o solapados entre los personajes del libro. Puig, por ejemplo, es presentado como el "Pichi Manuel". En la primera edición de la obra en las dedicatorias se podía leer: "A Vera y Andrés Fogwill, que habitarán la misma tierra y la misma lengua recombinadas con el tiempo". En la década de 1990, la dedicatoria pasa a ser: "A Andrés, Francisco y Vera Fogwill, que habitan otra tierra y otras guerras" (Zieger, 2004).

En 2002 llegó el libro *Dos Veces Junio* de Martín Kohan. La portada tenía el dibujo del triunfalista gauchito del Mundial 78. Precisamente, la obra hace un paralelo entre los junios de 1978 y 1982. En la trama se mezclaban las formaciones de los equipos con la represión. Con una escritura original, la obra transmite la sensación de derrota imperante en aquellos tiempos.

Años antes, el escritor Rodrigo Fresán también publicaba su escrito sobre las Malvinas. En su libro de cuentos *Historia Argentina* (1991), algunas de las acciones transcurren en las Islas, donde un soldado desafortunado mata a un gurkha y un asesino de su novia y su amante encuentra en la guerra otra posibilidad de descargar más violencia. Además, su novela *Esperanto* (1995) comienza con el protagonista huyendo en barco luego de dispararle a un represor. Uno de sus miedos era que su amigo que manejaba la embarcación se hubiera "decidido respecto a su reconquista particular de las Islas Malvinas" (Fresan, 1995).

Finalmente, Carlos Gamerro es autor de una voluminosa novela sobre Malvinas: *Las Islas* (1998). La misma cuenta la historia de un ex conscripto en la década de

1990. Una característica: tiene en su cráneo restos del casco que usó en la guerra. Desmesurada, despareja, original, se la ha presentado como la competidora de *Los Pichiciegos* en el arte de narrar Malvinas.

Imaginario en combate

En *Combatientes*, ficción que emitió Canal 7 - Televisión Pública en abril de 2013, la historia es un tejido de relatos que se cruzan en tiempo y espacio. La narración tiene como punto de partida el año 1987 y desde allí, se traslada a las vidas de los protagonistas antes y durante la guerra. El recurso del entrecruzamiento permite ver cómo las vidas de los jóvenes cambian de manera dramática.

El año en el que se sitúa la historia no es casual. Un sector militar se sublevó en las vísperas de Pascuas para reclamarle al gobierno democrático de Raúl Alfonsín que se detengan las acciones judiciales contra represores de la última dictadura. El alzamiento carapintada culminó con la frase del ex presidente: "la casa está en orden", y con las leyes de *Obediencia Debida* y *Punto Final* que paralizaron dichas acciones judiciales. El ex mandatario presentaría a estos militares, muchos de ellos involucrados en violaciones a los derechos humanos, como "héroes de Malvinas".

La acción de *Combatientes* comienza en ese álgido año al que no se le ha prestado mayor atención, a pesar de su crucial importancia. De hecho, las acciones continuarían y dos años después, llegaría a la presidencia Carlos Menem, quien adoptaría un modelo económico neoliberal y decretaría el indulto a los comandantes condenados en el Juicio a las Juntas (Emilio Massera, Jorge Rafael Videla, Orlando Agosti, Armando Lambruschini y Roberto Viola).

En una entrevista concedida a la revista *Comunidad y Desarrollo*, el ex combatiente Ernesto Alonso, integrante del CECIM (Centro de Ex Combatientes de Islas Malvinas), habla de ese año particular:

> "Con el tema de Malvinas, en el 87 aparecen Aldo Rico, Mohamed Seineldín, todos 'héroes de Malvinas', con el MODIN. Y Seineldín era también un represor, entrenador de los Contras en Nicaragua y de las fuerzas paramilitares que actuaron en Centroamérica. La asistencia la fue a dar el grupo de comando de Seineldín, y Rico también era uno de ellos" (Comunidad y Desarrollo, 2013).

Durante los primeros capítulos (de los 13 que conforman la serie) se conocen las historias por las que cada uno de los combatientes llegan a las Islas. Los conflictos

familiares se repiten como contexto de sus vidas: violencia, amores perdidos, peleas entre padres e hijos.

Mediante el material de archivo televisivo se muestra el clima de época y se muestra la trágica forma en que la guerra irrumpe en la vida de los personajes y de toda la sociedad argentina. La imágenes de Leopoldo Galtieri brindando su falaz discurso frente a las cámaras son un gran símbolo de la tragedia.

— "Yo no elegí ser así", grita el soldado Ribero, interpretado por Lucas Ferraro, luego de no reconocerse en algunas de sus acciones. Uno se pregunta por los responsables de ese "ser así".

En el desarrollo de la historia se hace visible la construcción de un lazo que muchas veces parece trivial y en este caso pasa a ser una forma de supervivencia: ser compañeros. Desde el primer viaje en camioneta rumbo a ese terreno desconocido llamado Malvinas, pasando por un avión repleto de miedo hasta la comida robada y compartida, y el frío estremecedor del día a día rodeados de muertes cercanas forman el paisaje en el cual se aprende a vivir por y gracias a los compañeros. Todo se muestra desde la mirada de los protagonistas; los planos cerrados acompañan a los personajes en sus emociones, palabras y gestos.

En las idas y vueltas de las historias, en el antes, durante o después de la guerra, el dolor lo envuelve todo, pero el regreso parece ser lo más duro: ¿Quiénes volvieron? ¿Cómo volvieron? y ¿Por qué volvieron?. Los que los despidieron como héroes, familiares, amigos y vecinos, los recibieron con el silencio y la sospecha. Pero en *Combatientes* esto se hace carne en los personajes, en sus hogares, en sus trabajos, en sus relaciones, en sus vidas. De héroes de la patria a locos, en ese tránsito la sociedad los deja solos. Pero no como una acción de olvido inocente. La política los abandonó, los escondió y detrás hubo una decisión política de hacerlo.

Un rasgo interesante de la historia contada es la relación del teniente López Cabral (representado por Lautaro Delgado) con sus soldados. Conocidas son las historias de abuso de autoridad, de estancamientos y torturas, que también son parte de *Combatientes*, pero tienen menos reconocimiento las historias en las que los superiores sufrieron penurias con sus tropas.

Entonces la culpa por lo dejado, por los que ya no están, esas vidas que no fueron se hace pesada en los que, aunque volvieron, todavía siguen allá.

Para actores y directores la experiencia dejó una marca difícil de borrar. La posibilidad de que nuevos directos puedan acceder a concretar sus trabajos, es un paso decisivo en la posibilidad de construir una identidad audiovisual argentina más inclusiva.

Lautaro Delgado, no ve a *Combatientes* como "un producto sino como una obra" (Gómez, 2013). Para Jerónimo Paz Clemente, "la miniserie no narra la guerra en sí, sino que el conflicto bélico es el marco, el contexto de la historia de los personajes, un contexto que los aplasta y los marca para siempre, pero que nunca habla del conflicto en sí" (Ferri, 2013). Aunque nos atrevemos a discrepar con esta última afirmación.

Combatientes narra la guerra de Malvinas desde un lugar propio y original. Esta ficción televisiva hace de un tema tratado y analizado desde muchas miradas, una propuesta integradora pero con un punto de vista nuevo.

En un artículo datado en 1990, Carlos Vallina afirmaba que los testimonios de los ex soldados "son tan acuciantes que parecen reclamar un imaginario que les responda, que les otorgue la representación que prefiguran sus palabras y sus rostros, que restituya sus vivencias" (Vallina, 1990, pp. 4).

Combatientes se propone hacer de esos testimonios una obra audiovisual que ayude a la conformación de una memoria audiovisual argentina. Jesús Martín Barbero (2002) utiliza el concepto de *memoria cultural* para definir la que "trabaja con acontecimientos y experiencias, y por ello no acumula sino que filtra, porque está culturalmente cargada: no es la memoria que podemos usar sino aquella de la que estamos hechos". La memoria de la sociedad argentina está hecha, en alguno de sus recovecos, de la guerra de Malvinas, y *Combatientes* recorre esos caminos intentando iluminar esas historias tan dolorosas.

Comunicación y sociedad

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual permite no sólo repensar los procesos de producción audiovisuales sino las formas de recepción. Desde la producción, la apertura a nuevas imágenes y sonidos posibilitará, a partir del reconocimiento de grandes sectores sociales que hasta el momento no existían en pantalla, nuevos procesos de creación y de crítica. No es menor que también se reconozcan lugares geográficos que en la narrativa audiovisual hasta ahora se encontraban desplazados; con su inclusión también aparecen prácticas culturales que no formaban parte del paisaje narrativo audiovisual.

También cabe mencionar el lugar de las series que se han transformado en un espacio de riesgo estético que antes sólo le correspondía al cine. Este fenómeno se ha dado a nivel internacional y ha cambiado los hábitos de consumos culturales de aquellos que encuentran en estas ficciones un lugar desde donde mirar el mundo. Las distintas artes quizás se vean interpeladas y deban prestar atención a estos

movimientos. En este sentido es importante la decisión del Estado de incentivar la producción de series.

En cuanto a la recepción, la posibilidad de tener disponibles en la red los contenidos producidos[2], otorga al público la posibilidad de armar su programación. Esto también será un gran cambio respecto a la práctica de lo que hoy llamamos "ver televisión".

En definitiva, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y las ficciones, que como *Combatientes* se realizan bajo su puesta en práctica, vienen a cuestionar y ayudarnos a pensar sobre qué medios audiovisuales queremos y cómo a través de políticas públicas se puede lograr que la sociedad participe de procesos comunicacionales inclusivos y transformadores.

Bibliografía

> Galeano, Eduardo (1994), "Prólogo", Memorias del Calabozo, Montevideo, Túpac Amaru Editores.

> Barbero, Jesús Martín (2002), Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura, Santiago de Chile, FCE.

> Comunidad y Desarrollo (2013), "Si hay algo que nos aleja de Malvinas fue la decisión política de ir a la guerra". Especial Malvinas, Buenos Aires.

> Ferri, Leonardo (2013), "Los pequeños detalles de una guerra", Página 12, 1 de abril de 2013, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-28230-2013-04-01.html>.

> Fresán, Rodrigo (1995), Esperanto, Buenos Aires, Editorial Tusquets.

> Revista Rolling Stone (2002), "Los 100 hits de la historia del rock argentino", Buenos Aires.

> TDA (2013), "Lautaro Delgado: No veo a Combatientes como un producto, lo veo como una obra", <http://www.tda.gob.ar/notas/3941-lautaro-delgado-no-veo-combatientes-como-un-producto-lo-veo-como-una-obra>.

> Zeiger, Claudio (2004), "A quien lea estas páginas", *Página 12,* 9 de diciembre de 2012, Buenos Aires. Disponible en < http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/libros/10-4878-2012-12-10.html>.

[2]Mediante el *Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino* (BACUA) y el portal de *Contenidos Digitales Abiertos* (CDA).

Miralo por TV.
Fútbol, espectáculo cultural y popular

Por María Eugenia Rosboch y Virginia Cáneva

La propuesta de estatizar la emisión televisiva de los principales torneos de fútbol de la AFA inaugurada en agosto de 2009 para primera división, y en agosto de 2011 para la segunda, implicó una de las medidas más queridas y criticadas de las tantas iniciativas que propuso y plasmó el gobierno kichnerista. Más allá de las repercusiones políticas y sociales que generó y seguirá generando *Fútbol para todos*, consideramos importante preguntarnos sobre los sentidos que cobra el fútbol en nuestra sociedad como práctica enraizada en la cultura popular.

La compleja trama de sentidos que implica esta práctica cultural, se torna en fenómeno muchas veces difícil de situar, ya que el fútbol es alegría, tristeza, pasión, negocio, poder y/o violencia enraizada en las profundidades de nuestra sociedad. Tal diversidad confluye en discursos en mucho contradictorios que sitúan al fenómeno "popular" como referente de violencia e irracionalidad o, en otro extremo, como espectáculo masivo de inclusión.

Para poder repensar ese fenómeno, es necesario preguntarse qué es lo popular y cómo se relaciona a la cultura, con la finalidad de dimensionar su importancia política en una coyuntura nacional donde lo popular es bandera de inclusión y justicia social.

Cultura para todos o privilegio de algunos

Cuando hablamos en Ciencias Sociales de *cultura*, podemos asumir que existe un discurso consensuado y muy difundido que la considera como entramado de prácticas históricamente situadas, esto es, como fenómeno constitutivo de procesos hegemónicos de construcción de sentido producido/reproducido en las prácticas concretas

ejercidas en y por la sociedad[1]. Tal definición proviene de una línea del conocimiento que tiene sus orígenes en el pensamiento marxista, en particular las reformulaciones doctrinarias que propone Antonio Gramsci[2]. Una de las razones por las cuales esa definición de cultura cobra tanto auge en América Latina, se debe a que se erige en un concepto de sociedad que la ve como sistema estratificado movilizado por relaciones de poder; perspectiva que permite interpretar la situación sociopolítica de los países emergentes que componen este lado del globo terráqueo.

Pero no siempre primó esa noción de cultura en las ciencias sociales en particular y la sociedad en general, es más, si atravesamos los muros académicos, encontraremos que esa concepción no es la más difundida entre la población. Por el contrario, es muy probable que en una charla familiar o entre amigos, se conciba a la cultura como un atributo, objeto o conocimiento de una minoría o sector emparentado a círculos sociales con acceso a bienes simbólicos privativos para sectores más humildes.

En consecuencia, no siempre se sostuvo una noción de cultura como atributo intrínseco de todo ser humano. Por el contrario, en un mundo donde las diferencias sociales son cada día más extremas, el concepto de cultura se fue consolidando según sean los sistemas de poder que dominaban a las sociedades. Para encontrar sus raíces tenemos que retrotraernos al S. XVI, donde se construirá los sentidos de "cultura" en el enfrentamiento entre campo y ciudad[3].

En sus orígenes, el término de cultura es asociado al de cultivo en tanto designa a los ciclos de labranza ya sea al momento de sembrar como al de cosechar el producto sembrado. Recordemos que dichos ciclos estaban acompañados por una

[1]Concepción que surge de pensadores marxistas de origen británico que inician, al término de la Segunda Guerra Mundial, la línea de investigación que se denominará como "Estudios Culturales" y que encontrará su espacio de desarrollo en el *Center for Contemporary Cultural Studies* de la Universidad de Birmingham.

[2]Véase, *Cuadernos de la Cárcel 3: el materialismo histórico y la filosofía de B. Croce*. Ed. Juan Pablos, México, 1986, donde Antonio Gramsci asume la construcción de la hegemonía en términos de "acción pedagógica". Tal visión de la configuración de poderes permite un cambio radical con tendencias del marxismo que homologan esos procesos de incorporación a los intereses detentados por una clase social determinada. Por el contrario, Gramsci considera que sin el acuerdo de los sectores subalternos ninguna clase social podría detentar el poder, es más, la existencia necesaria del establecimiento de esos acuerdos muestra contradicciones en el ceno mismo de los sectores hegemónicos.

[3]Esta relación la entablan y desarrollan autores como John Thompson en *Ideología y Cultura. Teoría crítica de la comunicación de masas*, UAM, 1993; Gilberto Giménez en *La importancia de los estudios culturales en el campo de las ciencias sociales* en "Pensar las Ciencias Sociales Hoy", ITESO, 1999; y, Honorio M. Velasco en *Los significados de Cultura y los significados de Pueblo. Una historia inacabada* en "Revista REIS Nº 60" Octubre-Noviembre, 1992.

serie de rituales donde se agradecía o se invocaba la abundancia según se tenga o carezca de la misma. Estos sentidos recrean una serie de imaginarios que relacionan a la cultura a los ciclos de fertilidad de la tierra, es decir, a la producción de las zonas rurales. Con el tiempo, la noción de cultivo es trasladada del centro de la tierra, al centro del ser humano, esto es, comienza a pensársela como el cultivo de la mente y el cuerpo del hombre; pasa de designar el proceso agrícola, al proceso humano. Este cambio semántico provoca que se asocie la cultura al "ser culto", en otras palabras, al individuo ilustrado. El acceso a tal ilustración está geográficamente ubicado en las grandes ciudades, en tanto fuentes de *civilización y progreso*; mientras que el campo, en oposición, es concebido como la *involución y barbarie*.

Como aclaramos, estos sentidos están relacionados a las representaciones que se construyen en procesos de apropiación y expropiación simbólicos cuyo núcleo de referencia están ubicados en los centros de poder, en consecuencia, por civilizados se concebían a las principales ciudades de Europa Central, mientras que la barbarie se trasladó a las regiones colonizadas o como se denominarán entrado el siglo XX, tercermundistas. Esa noción elitista y eurocentrista de cultura que la observa como la depositaria de un sector de la sociedad que tiene acceso a bienes privativos para el resto de la misma, es el que se ha difundido en mayor medida en los imaginarios sociales que se recrean hasta nuestros días

Un ejemplo de la concepción elitista de cultura la podemos observar en los discursos que giran en torno a la aceptación o rechazo de la iniciativa propuesta por *Fútbol para todos*. Un artículo periodístico publicado en la versión on-line del diario La Nación, escrito por Maximiliano Tomas (26/03/2012), realiza una analogía entre la televisación gratuita del fútbol y la regulación de la importación de libros, la misma se titula "Fútbol para todos, libros para muchos menos", el lector se podrá preguntar cómo es que realiza esa analogía que en principio se observa como una comparación disparatada, una lectura más detenida muestra que en realidad se está interpelando al consumidor del diario el cual comparte un imaginario social arraigado en concepciones que ven como producto privilegiado de la cultura la producción intelectual basada en la lectoescritura, en oposición a las propuestas populares que a los ojos del narrador se considera como un espectáculo "lamentable":

> "No soy de los que creen que deban imputársele al gobierno nacional todas nuestras pesadillas. Hace mucho me enseñaron que el mundo no se divide entre buenos y malos, y que todo suele ser cuestión de matices, reflexión, contexto y perspectiva. Por ejemplo: el Gobierno no es el responsable del estado lamentable

> en que está el fútbol argentino, de esos partidos que a cualquier espectador más o menos delicado pueden provocarle un infarto de retina. Lo es, si se quiere, de haberle arrebatado violentamente un negocio a un ex socio político para dárselo a otro, y de aprovechar las tandas de las emisiones para hacer propaganda política al estilo de los gobiernos totalitarios del siglo XX".

Es más, ya hacia el final del fragmento con el que inicia su nota, desde una mirada elitista y marcando, como se aclara en párrafos anteriores la relación que las prácticas populares guardan con los centros de poder, asocia estas propuestas gubernamentales a gobiernos dictatoriales e invisibiliza la política de inclusión que motiva a *Fútbol para todos*, reduciéndola a un negocio empresarial y a la reproducción de propaganda política.

Un cacho de cultura: "lo popular"

En la década de 1990, si se nombraba o proclamaba a lo popular en cualquier situación o estamento político y/o social, automáticamente se lo posicionaba como retrógrado, setentista y anacrónico. Hoy, el concepto pierde los ribetes negativos y es nuevamente colocado como bandera de procesos y proyectos políticos que proponen la inclusión de los enormes cordones urbanos que anhelan, no solo el autosustento, sino también pertenecer a esa ciudad que lo necesita y segrega.

Es por ello que cuando se intenta caracterizar a lo popular es necesario tener en cuenta que estamos frente a un fenómeno moderno que, en América Latina alcanza su identidad política en la crisis de 1930 con el surgimiento del populismo (Romero, 1976); pero que encuentra sus raíces en una historia profunda que se retrotrae hasta el renacimiento (Barbero, 1987). Tal perspectiva histórica se puede rastrear porque partimos de la concepción en que la Cultura Popular es parte de un proceso político dentro de un sistema jerarquizado de producción hegemónica que se construye históricamente en relación con los centros de poder. Esta relación es desigual y se negocia en procesos selectivos de construcción simbólica que se expresa en diferentes prácticas, grupos y movimientos sociales (Barbero, 1987; Velazco, 1992).

La situación relatada se plasma en una nota de opinión escrita por Alejandro Appo en la página oficial de "Fútbol para todos" el 8 de febrero del 2013, titulada "Una batalla cultural ganada", donde el periodista devela la relación de poder que existía entre la televisación privada y la AFA:

> "El fútbol es un vehículo de ideas, es el barrio, son los amigos, es la comunidad, es la militancia, son los primeros amores, son los afectos, es la responsabilidad frente al prójimo (...) Entonces con todos los defectos que tiene Fútbol para Todos, con todas las cosas que se fueron corrigiendo y que tienen que corregirse, saludo desde acá con ese afecto y complicidad que implica devolverle a un tipo en el Chaco con su familia viendo a Boca, o a cualquier otro equipo, a cualquier hora del domingo, del sábado, del viernes, disfrutar del partido entero, ver los goles en cada entretiempo (...)Así que el Fútbol para Todos es una bandera nacional y popular. Lo que cumple el gobierno es lo que hace el gobierno y me parece que es natural, es normal. Nosotros comentamos los partidos de fútbol y lo que hacemos es abrir un abanico que estaba cerrado, estaba solo dedicado a la gente que tenía dinero o que podía ejercer su poder a partir de los cables... Ahora es para todos y todas, como siempre tuvo que ser".

Como se puede observar, se muestra la raigambre popular del fútbol y la construcción que de él se hizo en relación a los centros de poder que representaban a la televisión privada, la cual, seguida por intereses económicos, transformaba esa práctica popular en un espectáculo consumible por un sector privilegiado. Esto es, producía una resignnificación de contenidos que despojaba al fútbol de los imaginarios propuestos por los sectores que le dan vida, para convertirlo en un objeto de consumo enmarcado en la industria del espectáculo. Estos últimos sentidos, pese a la impronta que propone *Fútbol para todos*, no se han resemantizado, por lo cual queda a los comunicadores un arduo trabajo por delante.

Esa noción de cultura popular muestra que cualquier intento de caracterizarla implica adoptar una posición política en el sentido más amplio que permite el término. Tal visión, se torna indispensable porque es la que nos delimita nuestro campo de acción y percepción para no incurrir en posiciones que nos lleven a una visión romántica de lo popular o a su opuesto, una reacción agresiva que se sustenta en la percepción enraizada en atávicos miedos a las masas de desposeídos.

Un ejemplo de esto, también, se plasma en la problemática de "la violencia en el fútbol". Frente a este fenómeno podríamos ubicar, en términos reduccionistas, dos posiciones que sintetizaremos en el siguiente interrogante ¿la violencia en el fútbol es endémica al deporte o un emergente de la sociedad? El lector rápidamente responderá que es un emergente de la sociedad sitiada por la violencia, pero si uno analiza los discursos que se construyen en tono a esta práctica, se puede observar la tendencia a estigmatizar al deporte y sus rituales, en tanto que se lo observa como

cautivo de "los violentos" situación que se puede revertir aniquilando al puñado de inadaptados y obteniendo así, su liberación.

Esa concepción, reduccionista, conformista e intolerante, muestra la construcción que históricamente se realiza sobre lo popular entendido como "lo amenazante". Se ubica, conceptualiza y delimita la violencia en un sector o práctica social con la finalidad de disciplinarla creando la ilusión de control con la promesa de su posible y rápida erradicación. Ese imaginario narcotizante teje un manto bajo el cual se esconde la principal problemática que atraviesa nuestra región, la cual se inscribe en la falta de justicia y equidad social basada en una desigual distribución de la riqueza.

La violencia no es atributo de un sector. Es un recurso que utiliza toda la sociedad ya sea para controlar una situación, como para obtener un espacio o reconocimiento social. De ahí que se torna obsoleto enarbolar la bandera contra la "no violencia" o, en términos más actuales, "la inseguridad" sea en el fútbol o en las calles, ya que esta dejaría de ejercerse si se resuelven problemas hoy estructurales de nuestra comunidad.

Fútbol identidad y pasión

Por lo expuesto podemos asumir que el fútbol es parte de la cultura popular, no sólo por ser una práctica de inclusión social en el sentido que invoca y atraviesa todos los sectores que componen nuestra sociedad, sino también porque está en el centro de la conflictiva relación entre quienes detentan el poder, quienes aspiran a detentarlo y quienes no lo tienen. Esta situación, se torna más compleja si consideramos al fútbol como símbolo identitario nacional, esto es, una construcción imaginaria que concibe al fútbol como parte del "ser argentino" y, en consecuencia, potenciador y/o movilizador de "los argentinos".

Esa dimensión del fútbol en nuestra sociedad la podemos apreciar en una nota escrita por Sergio Urribarri publicada por Tiempo Argentino con motivo de la finalización del torneo 2012 titulada "Todo tiene que ver con todo" incluida en la edición del 25 de junio de 2012. A lo largo de las líneas se aprecia el carácter nacional que adquiere el fútbol en tanto deporte que se practica y consume en todo el territorio. La política promovida por *Futbol para Todos* recuperara ese imaginario nacional igualando las posibilidades en el acceso, desdibujando los tradicionales límites entre la capital y el interior. La democratización promovida por la televisación del fútbol posibilita recuperar el carácter nacional inscripto también en las prácticas cotidianas de su recepción y consumo. La finalización del campeonato como un evento para compartir en el espacio doméstico, en familia o con amigos, supone como afirma el

Gobernador de Entre Ríos, una transformación en las prácticas cotidianas culturales de los argentinos:

> "(...)Todo tiene que ver con todo. Cuánta verdad. Miremos rápidamente quiénes fueron los protagonistas. El sábado Fútbol para Todos estaba en Puerto Madryn, San Juan y Córdoba, entre otras ciudades. El domingo, el cierre del campeonato involucró a equipos de Mendoza, Santa Fe, San Juan, Rafaela, Sarandí, Tigre, Córdoba. A todos los equipos, a todos los partidos y el emocionante cierre de ambos torneos el país todo lo pudo ver y vivir a través de Fútbol para Todos. Estamos ante una realidad que nadie puede ocultar y tergiversar. Buenos Aires, el "interior", ricos y pobres en igualdad de condiciones. Una política realmente transformadora. Pero no la que se proclama en los discursos, sino la transformación política que se ve en todos los órdenes de la vida cotidiana y cuya mayor aspiración consiste en brindar y hacer posible la igualdad de oportunidades para todos"

Desde este orden de ideas, proponemos en primera instancia reflexionar sobre la identidad y cómo posicionar al fútbol en su entramado. En términos generales coincidimos con los autores que proponen comprender a la identidad como un proceso social dinámico de auto y hetero percepción / auto y hetero reconocimiento, este juego que se da entre nuestra mirada y la de los demás permite la configuración de un "nosotros" donde la comunicación es un elemento central de esa construcción.

En consecuencia, la identidad está compuesta por dos dimensiones una individual y otra grupal que se construyen en las prácticas de los sujetos; al ser ésta una sociedad estratificada y, por tanto, signada por relaciones de poder, tales vivencias están plagadas de experiencias contradictorias, que a lo largo de nuestras vidas las incorporamos en una secuencia semántica que las tornara coherentes (Giménez, 1997).

Como individuos socialmente construidos, pertenecemos a un núcleo familiar, una comunidad barrial, una institución deportiva y cualquier otra asociación definida por la frecuencia de interacciones en espacios próximos que no necesariamente tienen que ver con una cercanía geográfica (por ejemplo, los espacios de encuentro que brinda la tecnología). Pero al mismo tiempo, integramos colectividades, en tanto conjuntos de individuos que experimentamos cierta solidaridad porque compartimos valores y un sentimiento de obligación moral; los ejemplos más frecuentes de este tipo de agrupaciones son las iglesias universales y la nación.

Otra característica que Gilberto Giménez (2000) señala como fundamental de las identidades es su capacidad de perdurar en el tiempo y el espacio. El autor propone hablar de continuidad en el cambio, antes que hablar de permanencia, en el sentido

que la identidad a la que refiere es la que corresponde a un proceso dinámico, y no a una esencia. De esta manera, la dialéctica entre permanencia y cambio, entre continuidad y discontinuidad es la que caracteriza por igual a las identidades personales y colectivas. Éstas se mantienen y duran adaptándose al entorno y recomponiéndose incesantemente, sin dejar de ser las mismas. Se trata de un proceso siempre abierto y nunca definitivo ni cerrado.

La identidad del sujeto, es una construcción cualitativa que se forma, se mantiene y se manifiesta, como señalamos, en y por los procesos de interacción y comunicación social. Como toda práctica cultural la identidad es una creación en la cual cada sujeto participa de manera activa transmitiendo, recreando y transformando esos atributos que la componen. Para abordar las características que configuran la identidad de un grupo determinado debemos mirar tanto sus prácticas como los imaginarios e ideas que las orientan.

Si esta discusión la trasladamos al binomio una identidad - una nación, es necesario pensar los sentidos que estas implican según las orientaciones que imprimen las diferentes fuerzas que atraviesan la práctica cultural a la cual se la relaciona, en este caso el fútbol.

El fútbol se inscribe en los imaginarios nacionalistas a principios del siglo XX, los sentidos primigenios fueron variando a lo largo de su historia que se complejiza al ritmo de las transformaciones que sufre nuestra sociedad. Hoy, nos encontramos frente a un fenómeno deportivo atravesado por sentidos, por ejemplo, locales, la pertenencia a un club en particular; nacionales, cuando juega la selección; y transnacionales, los intercambios de sentido que se crean por las relaciones entre instituciones y jugadores que realizan su trayectoria fuera del país, así como, el consumo del fútbol como espectáculo.

En consecuencia, la televisación de los partidos de fútbol por canal abierto, implica la decisión política de intervenir en ese entramado para orientarlo ya sea con la finalidad de fomentar la equidad en el consumo, todos tenemos acceso; para regular la penetración del capital empresarial transnacional; y/o fomentar principios identitarios relacionados al nacionalismo. Queda en manos del gobierno en ejercicio determinar qué potencialidades impulsa de ese espacio y el énfasis que le quiera otorgar a cada una de las partes que componen esa tríada.

Fútbol amor y patria

Como venimos desarrollando, el fútbol es parte de la construcción identitaria nacional. Para arrojar luz sobre este proceso es necesario abordar su análisis desde la cons-

trucción de imaginarios, para ello retomamos la propuesta de Benedict Anderson (1991) quien establece que para que los miembros de una comunidad imaginada puedan sentirse parte de ella sin conocerse personalmente, es necesaria la conformación de:

> (...) "Una idea de tiempo homogéneo, vacío, donde la simultaneidad es, por decirlo así, transversal de tiempo cruzado, no marcada por la prefiguración y la realización, sino por la conciencia temporal, y medida por el reloj y el calendario (...) La idea de un organismo sociológico que se mueve periódicamente a través del tiempo homogéneo, vacío, es un ejemplo preciso de la idea de nación, que se concibe también como una comunidad sólida que avanza sostenidamente de un lado a otro de la historia" (1991, pp. 46-48).

Lo expuesto, como ya se aclaró, muestra que no se puede entender la identidad nacional como una "esencia", sino en términos de Anderson (1991), como construcción de una comunidad que la imagina y recrea según sus patrones hegemónicos de representación.

Retomando las interpretaciones de David Harvey (1998), el autor advierte que las nociones que le otorgan ese sentido único a la identidad homologada a una cultura y/o nación, deviene del pensamiento moderno que erige sus patrones culturales sobre nociones de tiempo y espacio regidas por la lógica tecnócrata del sistema capitalista. Es así como los sistemas nacionales inventan una identidad basada en una historia que avanza en el tiempo recolectando relatos que se integran en una trama lógica, misma que se reconoce posicionándose frente a los otros -los demás países y en particular limítrofes o, como es el caso de los gobiernos militares argentinos, recreando un "enemigo" (el comunismo)- que los diferencia y, en ese acto, dota de sentido. Es por ello que, como indica Guillermo de la Peña (1995), la identidad nacional debe ser entendida como recreación producto de una situación histórica determinada.

La construcción imaginada propuesta por los sistemas nacionalistas, en la actualidad, hay que interpretarla en continuo diálogo, por momentos conflictivo, con imaginarios propuestos por patrones de construcción de sentido trasnacionales propiciados por la globalización. En este cruce hay que dimensionar la iniciativa de *Fútbol para todos* y preparar a los comunicadores para enfrentar este reto, en tanto, son ellos en fina sintonía con el gobierno de turno y la demanda de la comunidad, los que fomentarán ciertas orientaciones de sentido en detrimento de otras. Los profesionales que se tornan en relatores de este acontecimiento nacional y popular tienen la responsabilidad de semantizar ese relato tomando plena conciencia de la importancia que inviste ese rol.

El acceso genera equidad

A lo largo de estas páginas propusimos un ejercicio de reflexión sobre la iniciativa de televisar por canales abiertos los torneos nacionales de fútbol, comprendiendo a este deporte como una práctica cultural de características populares. Es por ello que problematizamos el concepto de cultura popular, identidad e imaginarios haciendo especial hincapié en las construcciones que se realizan en torno al sentido nacionalista.

En consecuencia, en el primer momento abordamos "lo popular" rescatando su sentido de inclusión social apartándolo de aquellas conceptualizaciones que lo reducen a un fenómeno de violencia. Es así como, consideramos que es la inequidad la que genera violencia y no un atributo intrínseco de las clases desposeídas, es por ellos que asumimos que la iniciativa de *Fútbol para todos* forma parte de un proyecto político que busca promover espacios transversales de acceso social con la finalidad de comenzar a revertir esa situación hoy endémica en nuestro país.

Estas ideas nos conducen a enmarcar la propuesta televisiva en la interacción de una tríada que establece tensiones entre el acceso al consumo, la regulación del capital transnacional y el fomento de sentidos nacionalistas. Es en esa tensión en que tanto este gobierno como los que continúen con este proyecto, tendrán que equilibrar y orientar los contenidos que se impartan en ese espacio televisivo.

Por último, enfatizamos en el papel que juega el comunicador en este entramado, el cual debe enfrentar la responsabilidad de orientar los imaginarios sociales que se construyen en torno al fenómeno del fútbol, entendido a éste como una práctica cultural popular cuyos sentidos se producen y reproducen a lo largo de nuestra historia.

Bibliografía

> Anderson, Benedict (1993), *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, Fondo de Cultura Económica.

> Barbero, Jesus. Martín (2003), "Redescubriendo al pueblo: la cultura como espacio de hegemonía", *De los medios a las mediaciones*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, Primera parte Cap. IV, pp. 83-112.

> Bauman, Zigmund (2008), "Después del Estado Nacional... ¿Qué?", *La globalización. Consecuencias humanas*, Argentina, FCE, Cap. III, pp. 75-102.

> Beck, Ulrick (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización,* Barcelona, Paidós.

> Chambers, Iain (1994), *Migración, cultura, identidad*, Bs. As., Amorrourtu.

> De la Peña, Guillermo (1995), "El empeño pluralista: la identidad colectiva y la idea de nación en el pensamiento antropológico", en Díaz Polanco, Héctor (compilador), *Etnia y Nación en América Latina*, México, Conaculta.

> De Val, José (1995), "Identidad: etnia y nación", en Díaz Polanco, Héctor (compilador), *Etnia y Nación en América Latina*, México, Conaculta.

> Díaz Polanco, Héctor (1995), "Etnia, clase y cuestión nacional", en Díaz Polanco, Héctor (compilador), *Etnia y Nación en América Latina*, México, Conaculta.

> García Canaclini, Néstor (1990), *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo.

> Giménez, Gilberto (1997), *Materiales para una teoría de las identidades sociales.* Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México, Mimeo.

> Gramsci, Antonio (1986), *Cuadernos de la Cárcel 3: el materialismo histórico y la filosofía de B. Croce*, México, Ed. Juan Pablos.

> Harvey, David (1990), *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*, Bs. As., Amorrortu.

> Ortiz, Renato. (1992), "Cultura. Espacio nacional e Identidades", Ponencia ante el *VII Congreso de FELAFACS*, Acapulco, México.

> Rodríguez, Mariángela (1998), *Mito, identidad y rito. Mexicanos y chicanos en California,* México, CIESAS.

> Romero, José Luis (1976), *Latinoamérica las ciudades y las ideas,* Siglo XXI.

> Thompson, John (1993), *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas,* México, UAM.

> Velasco, Honorio (1992), "Los significados de Cultura y los significados de Pueblo. Una historia inacabada", *Revista REIS,* Nº 60, Octubre-Noviembre.

CAPÍTULO III

Diversidad narrativa y narrar la diversidad

- **Confrontaciones distributivas en el campo audiovisual. Hacia la construcción de visibilidad(es) de la diversidad**
  Por Víctor Arancibia
- **Sangre y miedo en las series de televisión digital: el género de terror argentino en Alucinante y Ruta misteriosa**
  Por Carina Rodríguez
- **Mapas comunicacionales y territorios de la experiencia: notas espaciales sobre San Salvador de Jujuy, murmullo que aturde**
  Por Alejandra García Vargas
- **La lectura como contenido de la Televisión Digital Abierta**
  Por Mónica Rubalcaba
- **Encuentro(s) en la ciudad TEC. Política, formatos y protagonistas de la ciencia y la tecnología en la televisión pública digital argentina.**
  Por Vanina Soledad López

Confrontaciones distributivas en el campo audiovisual. Hacia la construcción de visibilidad(es) de la diversidad

Por Víctor Arancibia

Cada época tiene opacidades particulares y misiones urgentes. La contingencia de los eventos y las características de nuestra propia personalidad a menudo oscurecen el papel que desempeñamos en el diseño y la puesta en marcha de las transformaciones históricas. A veces, rompemos el molde; otras tantas, lo que se quiebra es nuestra voluntad. Lo único que nos permite sostener nuestro ferviente y pletórico deseo de libertad es la convicción de que los seres humanos son capaces de imaginar lo que alguna vez Fanon describió como el momento en que la 'temporalidad (deje) de ser la del instante o de la próxima cosecha para convertirse en la del mundo'

Homi Bhabha

Una de las características de los tiempos coyunturales, cuando las certezas se licúan y las viejas hegemonías se desvanecen por la presión de los grupos que han sido subalternizados por muchos años, es que se produce una lucha por la significación. Una disputa que se da en diferentes planos y niveles. Vivimos un tiempo en que los conflictos se producen por la distribución de los bienes materiales y, a la vez, esa puja distributiva también se da en el campo simbólico. Cuando grandes sectores históricamente marginalizados a través de mecanismos y estructuras colonizantes recuperan su capacidad de acción, los conflictos más importantes se centran en la distribución de los recursos y de las imágenes. Como lo señala Arturo Escobar (2005, pp. 100-105) los conflictos distributivos no sólo son económicos sino también ecológicos y culturales. En Argentina, la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual es uno de los instrumentos importantes en los procesos donde la confrontación distributiva en el campo audiovisual no es sólo en el plano económico sino, y fundamentalmente, cultural.

El planteamiento de nuevos escenarios comunicacionales generan entonces zonas en las que los conflictos emergen permitiendo mirar y exhibir la diferencia cultural plasmada en valores y prácticas específicas que, por factores concretos de poder, no pudieron visibilizarse en el espacio mediático. Las visiones, las imágenes, los valores y

las prácticas tamizadas históricamente desde el centro productivo y simbólico del país se ven confrontadas por la presencia de miradas, relatos, retóricas, formas de percibir que resultan "extrañas" para el espacio normatizado de la audiovisión hegemónica.

La norma legal, en este caso la Ley Nº 26522 y otras concomitantes en Argentina[1], abre la puerta a que las diferencias específicas tengan que articularse y que la heterogeneidad de la sociedad también aparezca en el espacio audiovisual. Al plantearse cuotas de pantalla para producciones locales, el reconocimiento de los derechos a las identidades culturales, generarse un sistema de fomento a la producción localizada geopolíticamente y otras medidas similares se va construyendo la base para que las miradas antes invisibilizadas comiencen a tener espacio y, a la vez, compitan por las audiencias y por la receptividad de sus propuestas.

Lo que se construye es, en definitiva, un marco de posibilidades donde los modos de decir y visibilizar las identidades diversas sea posible; donde los colectivos antes marginalizados o claramente estigmatizados tengan posibilidades de ingresar en otro régimen de visibilidad y de representación social; un espacio donde otras formas más equitativas de distribución cultural sea posible y que el espacio comunicacional se transforme en una de las formas más importantes de ejercicio de la democracia.

La localización de las miradas

Uno de los desafíos más importantes que aparecen en este cambio de paradigma comunicacional es el de ver cuáles son las maneras de fisurar los regímenes representacionales[2] que se han naturalizado en y por una producción audiovisual fuertemen-

[1]El proceso argentino de los últimos diez años estuvo marcado por la conquista y la restitución de derechos a colectivos sociales que habían sido marginalizados, como grupos LGTB, mujeres, niños, pueblos originarios, adultos mayores, entre muchos otros. Estos derechos se van articulando entre sí de modo que se entrama una idea de sociedad que asienta el proyecto colectivo desde la diferencia y no desde las homogeneidades impuestas desde la hegemonía.

[2]Las representaciones sociales se configuran en discursos que dan testimonios de un saber de conocimiento sobre el mundo y de un saber de creencia, abarcador de un sistema de valores. Estos discursos cumplen un rol identitario constituyendo una mediación social que permite a los miembros de un grupo edificarse una conciencia de sí y una identidad colectiva (Cebrelli y Arancibia, 2009). Las representaciones sociales establecen una relación particular con las memorias de los diferentes actores y grupos porque cada una posee una facilidad notable para archivar y hacer circular conceptos complejos cuya acentuación remite a ciertas ideologías pero también a determinados momentos de un pasado a veces remoto. Para nosotros, esa capacidad para hacer "resonar" en un tiempo presente el eco de otros tiempos de la historia, ese particular "espesor temporal", es una de sus características determinantes a la hora de intervenir en los procesos de diferenciación social pero también de adscripción identitaria y de construcción del territorio (Cebrelli y Arancibia, 2011).

te centralista tanto en los modos de producción como en las relaciones económicas y en los imaginarios que se ponen a circular. A la vez, una "misión urgente" es la de que la proliferación de nuevos medios que se generan a partir de la implementación de la Ley no sea la pura reproducción de las representaciones ya instaladas y de probada eficacia en el terreno comunicacional audiovisual.

Las producciones en la región que surgieron a partir de esta apertura de la regulación se asientan sobre las formas que ya existían en la zona articulando memoria e innovación en los diferentes niveles. Las producciones surgidas a través de los diferentes programas de fomento de la producción audiovisual (líneas diversas del INCAA, Programa Polos y Nodos Audiovisuales, Programas Prime Time del CIN, entre otras) van mapeando las miradas diversas y ponen en juego otras narrativas que se nutren de los relatos y los tiempos locales.

Producciones como *Muñecos del destino* realizado en la provincia de Tucumán, *Maestros del Norte* de Jujuy, *Blanco y Negro* o *El aparecido* de Salta van horadando el espacio televisivo con voces, modalidades, retóricas, rostros, corporalidades e historias que dan cuenta de los modos diversos de habitar y construir el territorio. Se realiza una producción que tiene un fuerte anclaje en las memorias colectivas y en las tramas históricas recientes en la que los actores sociales diversos se reconocen y se ven interpelados.

Lo que aparece de manera más o menos evidente en el campo de la producción audiovisual del noroeste argentino es una forma de articular las particularidades locales con las tramas nacionales; de dar cuenta de que las identidades son múltiples, diversas, fragmentadas pero que se conjugan y se articulan sin perder sus "señas particulares".

Se produce una operatoria compleja en la que la imagen televisiva da cuenta de las modalidades diversas de las identidades en juego y a la vez se convierte en vehículo de interpelación frente a las identidades pretendidamente monolíticas y monológicas de las que circulan todavía en algunos medios mal llamados nacionales. Estas marcas identitarias tienen que ver no sólo con formas simbólicas específicas sino también con clases, grupos sociales, marcas de racialidad y trabajos específicos que forman parte de los modos de producción y de subsistencia de los pobladores de la región.

En este contexto se da un proceso parecido al que menciona Stuart Hall (2010, pp. 339-348) en sus estudios sobre identidad, sobre todo cuando señala que "hay un movimiento desde abajo. La gente y los grupos y las tribus que fueron inscritos previamente en las entidades llamadas estados-nación comienzan a redescubrir identidades que se habían olvidado". Se produce una reapropiación de las operatorias

identitarias en función de los propios intereses de los colectivos diversos. Un proceso que se da porque hay un Estado construyendo, como una de sus funciones específicas, la idea de lo nacional desde un proceso articulador de las diferencias.

Las formas de dar cuenta de las identidades

En las ficciones producidas en el noroeste argentino aparecen una serie de elementos que nos permiten ir mapeando las modalidades en que se visibilizan las formas de construir identidades en el discurso audiovisual. Las estrategias que se ponen en juego son múltiples y variadas pero posibilitan relevar las formas en que, en esta coyuntura comunicacional y política, el discurso audiovisual se articula con las formas de decir y de poner en imágenes las identidades locales[3].

Una de las estrategias, tal vez la más evidente, se da en el nivel de lo tópico. Las temáticas abordadas tanto en los documentales como en las producciones ficcionales hacen referencia a las mitologías locales, a las historias que "todos conocen" y que circulan de boca en boca pero no tuvieron sus relatos puestos en las pantallas mediáticas; historias de vida que dan cuenta de memorias colectivas y la reconstrucción de la historia reciente, sobre todo las vinculadas a las luchas que construyen las heroicidades individuales pero también comunitarias.

En el caso de *El aparecido,* las mitologías locales son las que se entraman en la ficción audiovisual. El primer episodio de la serie se titula "La mula ánima" haciendo referencia y tomando como base de la trama ficcional este mito de alta circulación en la zona. En el mismo episodio, hay referencias a la leyenda de "el familiar" desde la perspectiva de los sometidos, la de los obreros de ingenio que eran víctimas de esta estrategia patronal de secuestrar a un trabajador en tiempo de zafra a modo de disciplinar al resto y adjudicar el hecho a un animal mitológico denominado "el familiar"[4].

[3]Para este apartado se hace referencia a las producciones realizadas en el marco de las Ficciones Federales Región NOA y los Documentales Federales Región Noa convocatoria 2010 del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). En el caso de las ficciones: *El aparecido* dirigido por Mariano Rosa de Salta, *Muñecos del destino* de Tucumán dirigido por Rosalba Mirabella y *El viaje, 9 días en buscando Norte* de Jorge Vargas, realizada en Jujuy. Los documentales fueron: *Sin Tierra en Los Ojos* de Moises Aberto Rioja de Jujuy, *Sobre los Rieles de La Historia* dirigido por Pablo Javier Salcedo de Tucumán, *Maestros del Norte* producido por Diego Ricciardi de Jujuy, *Indio Canal TV* de Carolina Cordero de Jujuy, *Blanco y Negro* dirigido por Alejandro Arroz de Salta y *El país de La Vidala* realizado en Catamarca y dirigido por Ana Carolina Cabrera. Aunque se pondrá un acento especial a las producciones realizadas en la provincia de Salta.

[4]Entre otras instancias en las que estas acciones fueron denunciadas, en el campo de lo audiovisual, está el documental de Fernando Kirchmar *Diablo, Familia y Propiedad* de 1992, en el que se relatan

Las producciones dan cuenta de identidades múltiples, esto aparece claramente explicitado en la presentación de la serie de Mariano Rosa. Junto a la referencia de la mitología local se encuentran textualizadas imágenes cristalizadas en el imaginario audiovisual, por ejemplo del *Western*; los dibujos animados que rememoran algunas estrategias del animé y una permanente intertextualidad que hace referencia a una historia de la mirada de films y programas televisivos de alta circulación en los últimos años[5]. En este punto se activan las memorias tanto perceptuales como las de los consumos culturales de los miembros de una comunidad determinada que superan los límites regionales para recoger la impronta de la programación televisiva nacional e internacional a la que se tuvo acceso desde la implementación de la TV por cable y por la circulación de los DVDs en los últimos decenios.

En el plano de las representaciones sociales que tienen una fuerte presencia en las nuevas propuestas televisivas, éstas son múltiples y diversas. Una de ellas tiene que ver con la racialidad como marcador identitario junto a las otras marcas culturales. Tal vez el caso más evidente sea el de la serie documental de Alejandro Arroz titulada *Blanco y Negro, Afrodescendientes Argentinos.* En el mismo se produce un rastreo de las formas en que la cultura negra atraviesa las culturas locales. Para ello se vale de testimonios de historiadores, músicos, escritores, teatreros, políticos, entre otros y el entramado de fotografías, sonidos, instrumentos y voces que dan cuenta de los procesos de interacción cultural en la que los elementos afros, en muchos casos recuperados del olvido y re-significados en nuevos procesos de re-etnización, tiene una fuerte presencia.

En casi todos los casos, se pueden visualizar recorridos diversos para reconstruir la historia que hacen foco en problemáticas específicas y líneas de sentido, y se alejan tanto de la historia como de la política oficial. En el caso particular de los documentales, se tratan de relatos en los que si bien se asume como una primera persona de la enunciación, por un complejo proceso enunciativo, la palabra se transforma en colectiva dando cuenta de procesos sociales que involucra a un grupo determinado y a actores diversos[6]. En el caso del documental de Arroz, la estrategia elegida con-

sucesos de este tipo en los ingenios de "El Tabacal" y el de "Ledesma", los que se actualizaron a diez años de su realización por los juicios por desaparecidos en dichos ingenios y en los que se encuentran involucrados miembros de las familias propietarias de esas empresas.

[5]Entre las imágenes de la presentación hay referencias por ejemplo a la trilogía de Sergio Leone que tenía como protagonista a Clint Eastwood y sobre todo a la imagen emblemática del protagonista con un poncho que flameaba al viento en *Por un puñado de dólares* (1964).

[6]Un desarrollo de estos modos de enunciación se encuentran en un trabajo de Alejandra Cebrelli (2009) titulado "Cuando la intimidad es colectiva" en la que analiza la toma de la palabra de los

siste en la construcción de la figura del director puesta en el centro de la imagen y que asume el relato articulador de la historia de la negritud en América Latina y la región reconociéndose él mismo como afrodescendiente. Se genera un fuerte efecto de asumir la identidad propia y desde allí hacer uso de la palabra. De este modo, se produce también una racialización del relato no sólo en el nivel de la problemática sino que se intenta devolver una mirada que perciba lo racial como una variable a considerar[7]. Esta operatoria es asumida también por otras producciones como las del documental sobre *Indio Canal TV* o la ficción *El aparecido*, para el caso de los pueblos originarios.

En el nivel del campo auditivo, podemos mencionar que uno de los recursos tiene que ver con el uso de las tonadas locales (a veces usadas y remarcadas hasta exageradamente) para que el reconocimiento sea claro, rápido y generando una fuerte territorialización de la voz. Esta forma se puede leer como una reacción a las prescripciones (escritas y por el uso) que existían en los medios audiovisuales en las que se debía utilizar "la norma culta de la Capital Federal de la República Argentina"[8]. Por ejemplo, en *Muñecos del destino* hay un modo de hablar tucumano que ha circulado por las periferias de los sistemas culturales como el mundo del chiste. Esta forma de reconocimiento de los registros sociolingüísticos locales ha circulado en los festivales folclóricos fundamentalmente que ha dado cabida a los humoristas locales que hicieron de este recurso una marca identitaria.

Los sonidos acusmáticos, siguiendo la propuesta de Michel Chion, van formando un ambiente sonoro -en el caso de las producciones ficcionales- que pueden ser reconocidas como propias por los espectadores de la zona. Los sonidos del viento y de los animales del lugar en el caso de *El aparecido*, el murmullo con las tonadas locales en *Muñecos del destino* o en el caso de *Indio Canal TV*, la música que se escucha en la ciudad en algunos fragmentos de *Blanco y Negro.* Todo esto colabora en la construc-

grupos originarios en la prensa y que, a partir de un relato autobiográfico, se produce una puesta en discurso de los saberes, las experiencias, los dolores y las pasiones colectivas.

[7]Acerca de la racialización de la mirada y que lo racial sea una variable perceptual en la sociedad argentina son importantes los trabajos de Rita Segato (2007), por ejemplo, en la que se analiza el blanqueamiento de las percepciones sociales en este país. Los estudios sobre negritud son relativamente recientes ya que habían sido invisibilizados en la historia argentina. Salvo casos puntuales, las referencias a los afrodescendientes y a la negritud no aparecía en producciones científicas y mucho menos en la percepción social.

[8]Estas prescripciones aparecían en los manuales normativos que regulaba la práctica de los locutores que se distribuían para obtener los carnets habilitantes y que quedaron en los imaginarios de muchos trabajadores de los medios que la reproducen sólo por el uso y la costumbre.

ción de un murmullo rumoroso que permite sistemas identificatorios fuertes dando cuenta de identidades localizadas.

Entramando memorias y tiempos heterogéneos

En todos los casos de las producciones realizadas para la Televisión Digital Abierta, se puede observar un trabajo sobre la memoria que es importante de analizar. Memorias de los relatos, memorias de las miradas, memorias de las formas de filmar, memorias de los consumos, memorias de las pasiones, memorias que a su vez interpelan los saberes actuales de los espectadores de estas producciones en este cambio de paradigma comunicacional.

En cada una de las producciones hay una apuesta a que los tiempos diversos y heterogéneos resuenen en el presente de la proyección. Una puesta en escena que requiere, en muchos casos, un trabajo espectatorial que reconstruya los espesores históricos de las representaciones sociales que se visibilizan en las ficciones y en los documentales. Una reconstrucción que apela fundamentalmente a los saberes populares que se generaron desde el consumo de bienes de las industrias culturales, desde los sistemas de creencias y de ritualidades, desde las mismas prácticas cotidianas con las cuales se entraman en los territorios particulares. Un trabajo que consiste en que se pongan en diálogo las imágenes que se perciben en cada una de las producciones con lo que se encuentra en la memoria individual y social generándose un complejo sistema de significaciones desde donde se llenan de sentido las propuestas televisivas.

En primer lugar, hay un repertorio de imágenes que tienen que ver con los sistemas y los circuitos de consumos culturales populares a los que se apela en la construcción de las imágenes televisivas. Una de las escenas finales del primer capítulo y con la que se abre el segundo de la teleserie *El aparecido* es un duelo entre el protagonista y dos policías. La escena mezcla la estética del *spaghetti western* que se popularizó en las décadas del '60 y del '70 del siglo pasado. Los guiños a las producciones de Sergio Leone protagonizadas por Clint Eastwood y musicalizadas por Ennio Morricone son muy claros tanto en la cadencia de la música, al juego de miradas y a la construcción de una imagen que se resuelve sin el uso del lenguaje verbal, es casi un homenaje a este tipo de películas.

Cabe mencionar que este tipo de films, lejos de haber quedado perdidos en su momento de plena circulación, sigue siendo uno de los clásicos que se encuentran en los circuitos propios de la industria cultural paralela. Este es un concepto desarrollado por el teórico boliviano Marcelo Guardia Crespo (2003) a partir del análisis de

los sistemas productivos que se realizan y que circulan en los mercados alternativos y populares de Bolivia. Esta propuesta permite analizar los consumos culturales de los mercados que en Argentina se denominan "Truchos", "Mercados de pulgas", entre otras nominaciones. En esos mercados se pueden adquirir films, música, programas en copias de bajo costo. Paralelamente, en estos sistemas comerciales alternativos se encuentran producciones locales en los que se filman los carnavales, las fiestas religiosas o los relatos de creyentes que recibieron los "favores" de alguna divinidad. Este funcionamiento los vuelve altamente atractivos para dar cuenta de los consumos culturales de importantes sectores de la sociedad que transitan por estas ferias. Son espacios en el que se pueden relevar las imágenes que siguen alimentando los consumos culturales y moldeando los gustos y las estéticas de importantes sectores de la sociedad.

Hay en este ejemplo puntual y en otros que se podrían referir, una interacción constante entre las imágenes entramadas en el programa televisivo con las que provienen de los sistemas de apropiaciones culturales que tienen orígenes múltiples. Otro ejemplo puntual está dado por las imágenes que aparecen vinculadas a las referencias culturales andinas que funcionan como una matriz identitaria fuerte. En el caso de *El aparecido*, la vestimenta, los instrumentos musicales, el coqueo van indicando a qué sistema cultural se hace referencia en la historia. Estas referencialidades son recurrentes en otras producciones locales que se vienen desarrollando en los últimos años en la provincia de Salta, particularmente[9].

A su vez, otra forma de entramar la memoria local es a partir de los usos de estereotipos y de representaciones sociales cristalizadas. En el caso de *Muñecos del destino*, además de la ironía que se construye en la utilización de los rasgos más hipercodificados de la telenovela[10], los personajes dan cuenta de las matrices de sentido de las sociedades conservadoras del noroeste. Para tomar sólo un ejemplo, el

[9]Este tipo de estrategia y de referencias se pueden ver en las producciones realizadas por jóvenes en el marco de políticas de producción audiovisual del Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia de Salta. Particularmente, nos referimos a los cortos que se realizaron en el marco del proyecto *Mi mirada, nuestra mirada* del 2009 o el de *Imágenes del Bicentenario del 2012*, van narrando historias donde los elementos de la cultura andina funcionan como fuerte marca identitaria no sólo de la provincia sino de la región (Cfr. Arancibia, 2009).

[10]Lo cual no es un dato menor si recordamos los trabajos como los de Jesús Martín Barbero u Omar Rincón, por nombrar sólo un par de estudios, sobre la importancia de la telenovela y el melodrama en la construcción de las subjetividades. La música de la presentación, los personajes planos y casi sin desarrollo, las estéticas de las tomas estereotipadas son sólo algunos de los rasgos que aparecen en este punto.

patrón y dueño de la tienda es un "turco" que apenas habla el español y que lo único que le interesa es el dinero. Masmud es caracterizado como explotador, conservador y resulta cuestionado por sus prácticas tanto por empleados como por sus hijos que se muestran como los que quieren hacer renovaciones en varios niveles.

Los recursos utilizados, de los cuales acá se mencionan sólo algunos, permiten hacer un primer mapeo de las formas en que las memorias locales se entraman en las producciones televisivas. Estas imágenes buscan a la vez generar el efecto de reconocimiento generando adhesiones a las historias locales, reconocimiento de situaciones invisibilizadas o la deconstrucción de las representaciones naturalizadas en el imaginario local. Una a una, las estrategias mencionadas interpelan las memorias y sus procesos constructivos, apelando al espesor temporal de las representaciones (Cebrelli y Arancibia, 2005), ya sea porque se incite a la relocalización de la mirada, ya sea porque se busque reconfigurar las cadenas equivalenciales en las que las representaciones se entraman y se significan (Laclau y Mouffe, 2002; Cebrelli y Arancibia, 2012 y 2013).

Lo local, lo nacional o la articulación de las identidades

Revisadas algunas estrategias de composición de las producciones audiovisuales es importante preguntarse acerca de qué tipo de identidades se construyen y cómo las identidades locales dialogan o se articulan con las nacionales. En este sentido, tal como lo planea Stuart Hall (2003, pp. 17), el concepto de identidad no es esencialista sino estratégico y posicional. La identidad, como las representaciones que la hacen visibles, están entonces localizadas en múltiples sentidos e históricamente. Estas identidades son fragmentadas y fracturadas; nunca singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzadas y antagónicas, como sostiene Hall.

En ese marco, cada una de las producciones ingresa en un diálogo rico en varios niveles de sistemas culturales complejos en los que las identidades se construyen y se significan. Por una parte, porque se entraman en una política audiovisual que ha sido diseñada y que quiere modificar el mapa productivo de la televisión argentina devolviendo y fomentando la capacidad de hacer a los actores locales. Una capacidad que además debe ser creativa para no reproducir los modelos, estéticas y cánones generados por las productoras y la televisión centralista.

También porque interactúan con los sistemas culturales locales porque cada una de las regiones brindan las materias primas para la construcción de los nuevos relatos. Nuevos, en realidad, para los sistemas televisivos pero que están instalados en las

experiencias cotidianas de los habitantes de esos territorios y son relatos que forman parte de las construcciones identitarias locales. Las imágenes van dando cuenta de los saberes, de las creencias y de los consumos de los actores concretos que se ven interpelados por las producciones.

A la vez, se trabaja con una identidad que se articula con una idea de lo nacional que a su vez es novedosa para la historia argentina. Hasta ahora, la identidad nacional se construyó con la estrategia de la borradura, de la tachadura, la invisibilización llegando al extremo de la desaparición simbólica y física de diversos actores de la sociedad. En el actual estado de situación, la construcción de las representaciones nodales que construyen una idea de la nación, se articula desde la diversidad. El mecanismo de la construcción de la nación es desde el reconocimiento de que las identidades son diversas, disímiles y fragmentadas, históricamente desarrolladas en tiempos diferenciados y con herencias múltiples[11]. Por lo tanto, las producciones locales tienen la misión de superar el regionalismo a la que las culturas locales habían sido condenadas por el imaginario centralista en la que debían colaborar aportando la cuota del exotismo pintoresco necesario para el país. Su tarea es aportar a una diversidad en un pie de igualdad de derechos.

Cada una de las producciones visionadas aporta política y estéticamente a la construcción de una idea de nacionalidad que se reconstruye desde diferencias articuladas. Muestran intereses locales y luchas olvidadas, historias silenciadas y miradas ocultadas, ponen en pantalla las pasiones y los saberes localizados en los que la misma idea de nación se inscribe. Cada una de las producciones analizadas se "hace cargo" de fragmentos de las historias y de las memorias del noroeste que están activas y vigentes testimoniando pervivencias, resignificaciones y alteraciones de las representaciones sociales que aparecen visibilizadas mediante un trabajo articulador en sentido múltiple.

[11]Las representaciones nodales son representaciones fijadas a partir de un punto nodal, es decir, son macrorepresentaciones. En las actuales condiciones de producción, una macro-representación que funciona como equivalente de lo estatal, lo gubernamental y lo nacional está contenido en la representación de "lo nacional", "la patria", "el estado", entre otras. En esta construcción, se han incorporado una seria de nociones que han llenado de contenido un significante vacío. Cabe mencionar que la idea de representación nodal viene, además, de la geometría y se usa en las ciencias duras para referirse al punto de una malla conceptual o geométrica donde se cruzan por lo menos dos líneas en el espacio y determinan un quiebre en la línea, un cambio de orientación del trazo o una curva o dos o más variables, objetos, representaciones. Lo que se construye con las prácticas discursivas son condiciones para generar esos puntos nodales, para que ese sentido se ancle. Las representaciones nodales son fundamentales porque posibilitan los procesos de adscripción identitaria de un grupo o de toda una sociedad. Vehiculizan sentidos políticos fundamentales para la sociabilidad: democracia, ciudadanía, violencia, diferencia (de género, etnia, clase, grupo, etcétera, entre otras) como lo sostiene Rossana Reguillo (Cebrelli y Arancibia, 2013).

Las producciones del NOA dan cuenta, a la vez, de una multiplicidad de territorios solapados, superpuestos, interactuando en conflicto. Esto se produce porque aparecen representaciones de la propia región y de la nación junto con las territorialidades locales marcadas por los recorridos de los habitantes del lugar. Por lo tanto, a la vez que los personajes de la ficción o los actores sociales representados en los documentales mapeando los propios lugares y sus sistemas de pertenencia, se hacen referencias a las territorialidades oficiales de lo local en tanto ciudad o provincia y de la nacionalidad.

En todas las producciones del NOA para la Televisión Digital Abierta operan las múltiples identidades tanto las que se refieren a la nación a través de referencias verbales, de los símbolos de la presencia del estado, a través de referencias indirectas como a las locales mediante la materialización de índices de identidad como las tonadas, las historias, las vestimentas, las referencias a gustos y a estéticas, como ya se ha mencionado, entre otros aspectos. Se produce una construcción identitaria que va mapeando desde el interior las memorias, los saberes, las creencias y las pasiones de sus habitantes.

Cierres provisorios

Lo que claramente está pasando -en los tiempos de la renovación del campo de la comunicación audiovisual- es que aquella condena representacional de los sujetos colonizados y subalternizados, a los que hizo referencia Spivak (2011), se está fisurando. Aquella condena subalternizadora de ser del interior, de contar historias locales, de ceder a las presiones para poder ser parte de los mercados centralizados que impedían la toma de la palabra y la puesta en circulación de las imágenes en espacios televisivos, está llegando a su fin.

La renovación de la legislación que regula el campo audiovisual en la Argentina del siglo XXI marca que el mapa y sobre todo el territorio son mucho más amplios que lo que mostraba el sistema de representación cristalizado de los medios concentrados. Una representación de un país blanqueado, culto a la manera civilizatoria del siglo XIX, europeizante en los gustos y en los consumos, de clase media con aspiraciones y valores colonizados por la oligarquía local es la que queda interpelada por las nuevas producciones que visibilizan la diferencia.

El paso de la espectacularización de la diferencia social que aparecía como objeto de los discursos comunicacionales y que sólo consistían en el uso de mecanismos para hablar por los otros a las estrategias de las visibilidades localizadas que asumen sus

voces, sus corporalidades, sus formas de decir y de hacer, sus identidades y las formas de expresarlas como valiosas para los espacios televisivos, es un paso fundamental en la puja distributiva cultural. Haber llegado a algunos de los horarios centrales de los canales porteños ha sido uno de esos logros más importantes que deberá complementarse con una circulación transversal que atraviese el país de norte a sur y de este a oeste.

Estamos viviendo tiempos de misiones urgentes pero que no obturan la percepción de las tareas fundamentales. Hay un reposicionamiento productivo pero que va de la mano con la instalación de sistemas representacionales alternativos a los que circulaban tradicionalmente en las imágenes televisivas. Estamos construyendo las posibilidades para que los cómodos lugares de las miradas reduccionistas y colonizadora de las centralidades hegemónicas se quiebren para que la multiplicidad de miradas y la diversidad de las imágenes puedan también ser constitutivas de los sistemas televisivos.

Bibliografía

> Arancibia, Víctor (2009), "Mi mirada, nuestra mirada. Los modos de narrar y de representar el mundo de los jóvenes salteños", *Oficios Terrestres,* N° 24, Bs. As., Facultad de periodismo y comunicación social. UNLP

> (2012), "Nacionalidad, territorios y memorias. La disputa por la significación", *Praxis, fronteras e interculturalidad. La comunicación en disputa*, Tartagal, Salta, Sede Regional U.N.Sa, en prensa.

> Bhabha, Homi K. (2013), *Nuevas minorías, nuevos derechos. Notas sobre el cosmopolitismo vernáculo*, Bs.As., Siglo XXI.

> Cebrelli, Alejandra (2009), "Cuando la intimidad es colectiva: Narrativas del yo e identidades emergentes", leído en el *Panel La tentación de la subjetividad*, I Encuentro Internacional "Dilemas de la cultura", Córdoba: CEA-CONICET, -en prensa.

> Cebrelli, Alejandra y Víctor Arancibia (2005), *Representaciones sociales: Modos de mirar y de hacer*, Salta, CEPIHA-CIUNSa.

> (2008), "Representaciones, temporalidad y memoria colectiva. Una propuesta para anclar el discurso informativo en la historia", *Trampas de la Comunicación y la Cultura,* 59, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

> (2011), "Palabras (entre)cruzadas, imágenes (des)encajadas. Regímenes de visibilidad de los Pueblos Originarios de San Martín del Tabacal". Disponible en <http://v2.reflexionesmarginales.com/index.php/numero-anterior/10-septiembre-2011/dossier>.

> (2013), "Representaciones nodales y narrativas nacionales. Las luchas por las significaciones de las representaciones nodales", clase Nº 9 del curso *Representaciones sociales y comunicación*, Maestría en Ciencias Sociales, Bs.As, UNQ.

> Chatterjee, Partha (2008), *La nación en tiempo heterogéneo.* Buenos Aires, Siglo XXI-Clacso.

> Chión, Michel (1993), "La escena audiovisual", *La audiovisión. Introducción al análisis conjunto de la imagen y del sonido,* Barcelona, Paidós, pp. 69-93.

> Escobar, Arturo (2005), *Más allá del tercer mundo. Globalización y diferencia,* Bogotá, ICANH.

> Gómez, Lía (Compiladora) (2012), *Construyendo historias. Ver para creer en la televisión. Relatos y narraciones en la Televisión Digital Argentina* La Plata, EPEC.

> Guardia Crespo, Marcelo (2003), *Interacciones: la dimensión comunicacional de la cultura*, Santa Cruz, Bolivia, UPSA.

> Grusinski, Sergei (2006), *La guerra de las imágenes. De Cristobal Colón a "Blade Runner" (1492-2019)*, México, FCE.

> Hall, Stuart (2010), *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales,* Bogotá, Universidad Javeriana.

> Hall, Stuart y Paul Dugay (2003), *Cuestiones de identidad*, Buenos Aires, Amorrortu.

> Laclau, Ernesto y Mouffe, Chantal (2003), *Hegemonía y estrategia socialista,* México, FCE.

> Segato, Rita Laura (2007), *La nación y sus otros. Raza, etnicidad y diversidad religiosa en tiempos de políticas de identidad,* Bs. As., Prometeo.

> Spivak, Gayataru Chakravorty (2011), *¿Puede hablar el subalterno?,* Bs. As., El cuenco de plata.

Sangre y miedo en las series de television digital: El género de terror argentino en Alucinante y Ruta misteriosa

Por Carina Rodíguez

Introducción

Fantasmas, embrujos basados en leyendas regionales, vampiros y caníbales invaden la pantalla digital. Son historias locales creadas por realizadores argentinos en el marco de los concursos de series de televisión digital, instrumentados por el Plan Operativo de Promoción y Fomento a los Contenidos Audiovisuales Digitales. Si bien la sangre no es un nuevo condimento para las audiencias argentinas, los últimos años han escaseado estas propuestas en la televisión. Este artículo analiza las series *Alucinante* y *Ruta misteriosa*, ambas producto de los concursos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), y cómo se despliegan los elementos del género de terror en estas narrativas.

El terror como género: definiendo al monstruo

El terror nos excede. Juega con nuestra razón y nuestras emociones. Invade cada poro de nuestro cuerpo y nuestra psiquis, nos paraliza. Es "una sensación de permanente amenaza sobre vida y cuerpos, que aparece de manera esporádica e impredecible en la consciencia" (Isla, 1988, pp.148). El género de terror[1] no se define por sus arquetipos y puesta en escena sino por las emociones que genera en la audiencia. Su propósito final es generar esa parálisis de manera controlada, tal como señala

[1]Si bien existe un debate sobre la diferencia entre las palabras "terror" y "horror", este artículo las utiliza indistintamente. En el idioma español se denomina al género cinematográfico con la palabra *terror*, mientras en la lengua anglosajona se habla de *horror film*. Gubern (1979) señala que esta última acepción es sinónimo de "género cinematográfico fantástico-terrorífico" por lo que ambos términos en sus respectivos idiomas designan al mismo objeto.

Altman (2000) "resulta aleccionador que los dos géneros más célebres por su lógica ascendente –el cine de terror y el *thriller*- se designen con términos que describen la reacción del espectador y no el contenido fílmico, porque el género se basa, precisamente, en ese incremento de las sensaciones del espectador"(Altman, 2000, pp. 128).

Gubern y Prat (1979) argumentan que el público es capaz de distinguir entre el horror "real" y el "ficticio". Según los autores, este último

> proporciona una estimulación fisiológica positiva que minimiza los problemas y contratiempos comparativamente menores de la vida real y proporciona al espectador la posibilidad de satisfacer sus deseos más íntimos y reprimidos. La destrucción final del monstruo supone una derrota de nuestros enemigos subracionales o todopoderosos que escapan a nuestro control (Gubern y Prat, 1979, pp. 45-46).

Categorizado usualmente como un género menor, el terror ha sido rodeado de un desdén generalizado. Tal vez el estudio más famoso y sistemático sobre el género sea el de Robin Wood (1985), quien lo define como uno de los más populares y más vapuleados de la industria. Wood (1985) señala que su especificidad es la que lo aparta de otros géneros: el horror está restringido a fanáticos que consumen compulsivamente todo lo producido, mientras que aquellos que no pertenecen a este grupo lo ignoran o condenan. Esta característica distintiva ha provocado que sea visto como un género menor por los críticos y los académicos. Recién en la década de 1970 comienzan los primeros análisis serios que ven en el horror claves para decodificar la naturaleza humana.

El género de terror está caracterizado por especificidades visuales y convenciones normativas genéricas, las cuales incluyen escenarios, personajes, temas y conflictos narrativos particulares. Los escenarios típicos son páramos sombríos, localidades aisladas y cementerios; los personajes característicos incluyen a científicos locos, asesinos desquiciados o monstruos sobrenaturales; el miedo a la muerte es el tema dominante; y el bien versus el mal es el conflicto narrativo clásico.

Wood (1985) define al *terror* como aquel lugar donde "la normalidad es amenazada por el monstruo", y define a la normalidad cómo "la conformidad con las normas sociales dominantes" (Wood, 1985, pp. 204). El monstruo, por su parte, puede ser un vampiro, un *zombie*, un invasor extraterrestre, un asesino serial o un demonio. Esta fórmula tan corta como sencilla prevé tres variables: la normalidad, el monstruo y la relación entre las dos. En este último factor reside la clave del terror, que se va modificando en cada contexto histórico.

Para Wood (1985) el terror se basa en los pilares de una sociedad capitalista construida sobre la monogamia y el núcleo familiar, la cual demanda la represión de impulsos básicos como los sexuales. El género de terror representa "la lucha de todo aquello que nuestra civilización reprime u oprime y su reaparición suele dramatizarse, como en nuestras pesadillas, en forma de objeto, de conflicto terrorífico, significando el `final feliz´, en caso de existir, el restablecimiento de la represión (Wood, 1985, pp. 201). Por esa razón, muchas de las películas y series televisivas de terror pueden permitirse un "asalto sin precedentes de lo que la cultura burguesa más aprecia –como los aparatos ideológicos de la familia y la escuela" (Modleski, 1986, pp. 767).

Reflejado mundialmente en la oscuridad de una sala o los atónitos rostros de los televidentes, el género de terror se ha desarrollado de manera particular en Argentina. A continuación desplegaremos brevemente su historia televisiva.

El terror en la pantalla chica argentina

Mientras a lo largo de la historia audiovisual del siglo pasado el género de terror ha sido un *rara avis* en la industria cinematográfica (Ver Lavia, 2008; Rodríguez, 2012)[2]; su versión televisiva ha generado pesadillas en varias generaciones de argentinos cuya leyenda persiste aún para aquellos que nunca presenciaron las series que las provocaron.

El caso más paradigmático es el de Narciso Ibáñez Menta. Sus interpretaciones como Elmer Van Hess en *El hombre que volvió de la muerte* (Canal 9, 1969) o como Benito Massón en *El muñeco maldito* (Canal 7, 1962) "dejaron sin gente a Buenos Aires", según palabras del director Juan Manuel Fontanals (Ulanovsky, Itkin, y Sirvén, 2011,pp. 198). Desde entonces, Ibáñez Menta se convirtió en el rey indiscutible del horror argentino: "Narciso Ibáñez Menta fue, durante muchos años, el dueño del terror, el protagonista de horas interminables de suspenso, de misterio y de ese miedo grande o pequeño que todos teníamos cuando nos sentábamos a ver una de sus creaciones". (Martínez, 2004).

Narciso Ibáñez Menta fue un actor español cuya omnipresencia en el género nacional lo convirtió en la expresión misma del terror argentino, aunque "una mínima parte de su filmografía tiene que ver con el terror" (Curubeto, 1996, pp. 201). Sus ini-

[2]Según una investigación previa, se realizaron 27 películas de terror en Argentina desde 1934 a 2000 (Rodríguez, 2012).

cios fueron en el teatro y protagonizaría radioteatros y películas del género (además de incursiones en otro tipo de producciones)[3].

Otra figura es la de Nathán Pinzón, actor argentino que trabajó en más de 70 películas y que "terminó siendo recordado –erróneamente- como el Boris Karloff criollo" (Curubeto, 1996, pp.: 293). De hecho, "Muchos lo recuerdan exclusivamente por sus jocosas interpretaciones siniestras de *films* de terror en el ciclo televisivo `Viaje a lo inesperado´" (Curubeto, 1996, pp. 295).

Según Darío Billani (Lavia, 2010), el género de terror se estrenó en las pantallas televisivas argentinas con una adaptación de "El fantasma de la ópera" realizada en 1952 en Canal 7. Sin embargo, el desembarco definitivo será con *Obras maestras del terror*: historias de la literatura universal protagonizadas por Narciso Ibáñez Menta que tendrán dos temporadas en Canal 7 (1959 y 1962), una en Canal 9 (1960) y una adaptación cinematográfica (Carreras, 1960).

Una vez tomado el impulso inicial, las historias de miedo poblaron varias series de televisión argentinas, entre las que se destacaron: *Más allá del miedo* (Canal 7, 1961); las ya mencionadas *El muñeco maldito* (Canal 7, 1962) y *El hombre que volvió de la muerte* (Canal 9, 1969; *remake* en 2007, Canal 13); *Chicho Serrador presenta a Narciso Ibáñez Menta* (Canal 11, 1974); *Momento de incertidumbre* (Canal 13, 1985); *El pulpo negro* (Canal 9, 1985); *El garante* (Canal 13, 1997); e *Historias de terror* (Canal 7, 2004).

Desde sus inicios, los códigos del terror televisivo estuvieron enraizados en las leyendas anglosajonas y europeas que nutrieron las vertientes más famosas y hegemónicas del género. Argentina se ha alimentado sistemáticamente de estos monstruos importados, a pesar de poseer una rica cultura de seres mitológicos que habita principalmente el interior del país. Sin embargo, la producción canónica, ubicada principalmente en la capital del país, ha mirado hacia culturas distantes a miles de kilómetros más que a su propio folclore. Frente a esta tradición, las series *Alucinante* y *Ruta misteriosa* han conjurado a los demonios del género de manera muy distinta[4]. A continuación analizaremos estos casos de producción, ambas series de televisión ganadoras de concursos del INCAA en 2010 y 2011.

[3]Un detalle minucioso de su obra se encuentra disponible en *Cinefania*. <http://nim.cinefania.com>, consultado el 30 de mayo de 2013.

[4]Otras series de ficción federal ganadoras de los Concursos INCAA como *Mañana siesta tarde noche* y *Payé*, y la serie de animación *Fantasmagoria* también despliegan elementos del género fantástico y de terror.

Alucinante: un homenaje al terror clásico

La serie *Alucinante* fue ganadora del Concurso de Series de Ficción para TV Pública en su edición 2010. Escrita por Atilio Veronelli, dirigida por Matías Massat y producida por *New Generation Entertainment*, la serie promete "un muestrario de las historias y situaciones cotidianas más impactantes que nos acercan al mundo del terror"[5] a través de 13 capítulos de 26 minutos.

Alucinante responde al formato de serie, es decir que cada espisodio es autoinclusivo e independiente por sí mismo, y todos poseen la misma estructura: el presentador (Atilio Veronelli) introduce y concluye cada historia de terror. Los 13 capítulos cuentan con un elenco rotativo que se modifica en cada emisión y que reunió a actores argentinos como Roberto Carnaghi, Ernesto Claudio, Carlos Kaspar, Ximena Capristo, Juan Ignacio Machado, Roberto Antier, Salo Pasik, Mimí Ardou, Jimena Acardi, Miguel Habud, María José Gabin , Mauricio Jortack, Cutuli y Horacio Peña.

La mayoría de los capítulos de *Alucinante* son un homenaje a fórmulas clásicas del género de terror o a leyendas populares. Es el caso del episodio "Amor de verano", basado en la leyenda urbana del chico que encuentra a una bella joven a quien le presta su chaqueta. Al otro día descubrirá que ella está muerta desde hace tiempo al encontrar su campera junto a su lápida. *Alucinante* realiza pequeñas variaciones sobre el relato original para hacerlo más truculento, convirtiendo al joven en el violador y asesino de la protagonista fantasmagórica.

Otro caso similar es el episodio titulado "Caníbales anónimos" donde un grupo de jóvenes se interna en un barrio desconocido para encontrarse con un grupo de antropófagos que desean convertirlos en su plato principal. La obvia referencia a la película *La masacre de Texas* (Hooper, 1974) se explicita en las palabras de uno de los caníbales de *Alucinante*, quien justifica la práctica en un contexto de abandono del Estado, inseguridad, hambre y pobreza estructural.

Por su parte, el episodio "Canal vampiro" es un homenaje al subgénero de los hematófagos. Narciso, conductor del programa televisivo *Viernes de Transylvania*[6], logra convertirse en un vampiro verdadero frente a la amenaza de que su emisión sea levantada. Luego de alimentarse de la sangre de todo el equipo técnico del canal,

[5]La sinopsis de la serie está disponible en el BACUA: <http://catalogo.bacua.gob.ar/>, consultado el 30 de mayo de 2013.

[6]El personaje parece ser un homenaje a Narciso Ibañez Menta ya que el actor finge tener una dicción muy similar.

convierte a su programa en un éxito, finalizando con la amenaza de extender su raza fuera de las paredes televisivas.

En el episodio "Espejo, espejito" interviene el clásico *doppelgänger*[7] o gemelo malvado. Ángel es un actor que debe audicionar por el papel de un asesino serial. Sin embargo, su tímida personalidad le impide interpretar a una personalidad tan violenta. Será su gemelo malvado detrás del espejo quien irá al *casting* para finalizar asesinando en la vida real a una mujer. Cuando llegue el momento de enfrentar a la justicia, el Ángel retraído será obligado a hacerse cargo de la situación.

El tópico del gemelo malvado es también desplegado en el episodio "La cabaña", aunque de manera literal. René Pettini alquila una recóndita casa cerca de una laguna en busca de tranquilidad. Sin embargo, será amenazado de muerte y acusará a su hermano mellizo. La policía lo creerá loco para finalmente encontrar su cadáver y creer en la teoría de un suicidio. Sólo el espectador sabrá que René no sufría de insania mental al ver a su doble tomar su lugar y sus posesiones con beneplácito.

Uno de los episodios más logrados es "El dentista", que explora una de las fobias más comunes de manera truculenta o, según palabras del propio guión, con "una historia que los dejará con la boca abierta". Un hombre que sufre de dolor de muelas chocará su auto contra el de otro hombre a quien, cegado por su dolencia, golpeará y abandonará. El destino hará que ese mismo hombre que dejó en el asfalto sea el dentista que tratará su dentadura, quien junto a su asistente torturarán al hombre hasta asesinarlo.

Por su parte, el episodio "Seducción de septiembre" interpela a una hermosa joven y su codicia atrayéndola con un millonario premio. A instancias de una mujer que la aborda en un bar, para obtener el botín deberá probar su poder de seducción sobre un desgarbado mozo del lugar. Una vez que obtenga la noche de placer con su víctima, se convertirá en victimaria pasando a formar parte de la colección de "muñecas congeladas" que guarda en el *freezer.* El final del episodio mostrará a la madre como cómplice e instigadora del procedimiento que le permitía a su hijo placer carnal sin llegar a competir emocionalmente con su figura materna.

En el envío "La ultima cena" un grupo de egresados que pasan los 40 años de edad son asesinados por sus compañeros en respuesta a vejámenes de la escuela primaria.

[7] *Doppelgänger* es el vocablo alemán para definir el doble fantasmagórico de una persona viva. La palabra proviene de *doppe*l, que significa "doble", y *gänger*, traducida como "andante". El término se utiliza para designar a cualquier doble de una persona, comúnmente en referencia al "gemelo malvado" o al fenómeno de la bilocación. Es una figura clave de la mitología germánica.

"Función privada" une a dos hombres en una sala de cine y los obliga a asesinar al otro para salvar su propia vida –en un guiño a *El juego del miedo* (Wan, 2004). Por su parte, "El último viaje" muestra la relación conflictiva entre un taxista y su pasajero manteniendo el suspenso hasta el final sobre quién es el asesino y recreando el ambiente de *Colateral* (Mann, 2004). En "Paranoia" un hombre comienza a sentir que las personas fingen para él y que todo es una suerte de complot como el protagonista de *El show de Truman* (Weir, 1998). Un mágico tratamiento de belleza posibilita a una grotesca mujer ser deseada por todos los hombres hasta el punto de ser desmembrada en "La suerte de la fea" y, finalmente, un experimento científico de clonación posibilita un despliegue de asesinatos y sexo en "La tercera generación".

Aunque la serie es explícita en su adscripción al género de terror, casi todos los capítulos tienen un tinte humorístico que –en algunos casos- producen un efecto paródico en la resolución argumentativa. La exhibición de sangre y mutilaciones es bastante medida, aunque hay escenas que alcanzan puntos de *gore*[8]. Asimismo, en su mayoría, los capítulos son mundos masculinos donde la mujer acompaña la resolución de los conflictos o actúa como *femme fatal*. Las excepciones son "Seducción de septiembre" y "La suerte de la fea", donde ambas protagonistas sufrirán la muerte; y "Caníbales anónimos" donde el personaje de Romina será la única sobreviviente del grupo a cambio de comerse a sus propios amigos.

Ruta misteriosa: apariciones y conjuros en un páramo olvidado

Ganadora del concurso de series de ficción federal 2011, *Ruta misteriosa* se emitió en la TV Pública en el *prime time* (22.30 horas) desde el 19 de diciembre de 2012 hasta el 3 de enero de 2013. Tuvo un promedio de 1,1 puntos de rating con picos de 1,8 y un piso de 0,5 en el arranque, según IBOPE. Fue dirigida por Emanuel Flax y Néstor Mazzini, quienes se dividieron los 8 capítulos de 26 minutos, y producida por Banda/Aparte. El guión fue escrito por Gustavo Cornillón.

Ruta misteriosa es una apuesta a un cruce de géneros donde el terror toma forma a través de fantasmas y leyendas populares, a la vez que se mezcla con tintes de suspenso y policial negro. Su escenario casi exclusivo es una estación de servicio al

[8]El *gore* o *splatter* se caracteriza por el uso excesivo de violencia, sangre y cuerpos mutilados. *Blood feast* (Lewis, 1963) es considerado el inicio de este subgénero cinematográfico que se movió a producciones como *Hostel* (Roth, 2005) o la redituable e infinita saga *El juego del miedo* (Wan, 2004). En Argentina, es quizás una de las variantes más desarrolladas debido al tipo de producción de bajo presupuesto que requiere. *Sadomaster* (Magariños, 2005), *Plaga zombie: zona mutante* (Páres y Sáez, 2001) y *Sudor frío* (García Bogliano, 2011) son ejemplos locales de este subgénero.

costado de una ruta provincial poco transitada durante las noches. La protagonista es Ñata (interpretada por Vanesa González). En el primer episodio ella reemplazará en su puesto de trabajo a su amiga Ester, quien morirá atropellada esa misma noche en la ruta. A partir de ese momento, Ñata tomará su lugar de manera permanente.

Los episodios de *Ruta misteriosa* tienen continuidad narrativa aunque cada capítulo relata una historia auto inclusiva. Los personajes secundarios que acompañan a Ñata en las frías noches de trabajo son Alberto, el dueño de la estación de servicio; Yiyo, el playero; y Jorge Ramírez, el policía del pueblo. Circunstancialmente aparecen Oscar Sáenz, un hacendado local; y Mabel, la madre de Ñata[9]. Muchos otros rostros e historias llegan a esta estación de servicio, almas desahuciadas expiando culpas y secretos.

Ruta misteriosa apela a leyendas populares desde el propio título de los episodios: en "El familiar" (episodio 2) aparece un perro que encarna a Satanás y caza almas con sus brillantes ojos rojos, surgido en el noroeste argentino; el "Yasy Yateré" del cuarto episodio invoca a la mitología guaraní que -según diferentes versiones- rapta niños o jóvenes bonitas; la aparecida de la ruta que emerge ante los conductores después de fallecida es el puntapié de la serie en el primer episodio; el *morto qui parla*[10] habla sólo con Ñata mientras Alberto es seducido por su viuda y asesina; el gauchito Gil, un santo de devoción popular y nacional de la provincia de Corrientes, es adorado en el sexto envío por dos ladrones que asaltan la estación de servicio y reciben pistas sobre el paradero de su hermano de parte de una bruja. También aparecen conjuros como el amarre de amor en el quinto episodio para unir a la pareja de Oscar con Amelia; y las ofrendas a los muertos que, en este caso en el capítulo final, surgen para acallar al espíritu hambriento de venganza de Conrado DiBiase, abuelo de Ñata.

A la par de estos mitos y relatos se irán construyendo los trazos de un pasado familiar de sangre y dolor que involucra a Ñata. Aunque surgirán desde el primer capítulo y dejarán interrogantes sin mucha ansiedad por responder, el propio peso de la historia hará imposible avanzar sin su resolución en los últimos episodios. A partir del séptimo ya tendremos todas las pinceladas de un cuadro que estaba incompleto y que volverá a atormentar a aquellos que ya lo creían enterrado: Alberto, Ramírez y Saénz -asesinos y cómplices del asesinato de Conrado. En el episodio final, Ñata será la ejecutora del inicio de la venganza cuya resolución final dejará

[9]El elenco protagónico es interpretado por Ezequiel Díaz (Yiyo), Lorenzo Quinteros (Alberto), Manuel Vicente (Jorge Ramírez). Elenco de reparto: Marta Haller (Mabel), Héctor Bidonde (Oscar Sáenz), Germán Rodríguez (Conrado DiBiase).

[10]Muerto que habla.

al espíritu de su abuelo cuando ya lo sobrenatural se confunda con lo real y nadie cuestione su existencia.

Ruta misteriosa hace surgir los elementos sobrenaturales de manera sutil y casi exclusivamente fuera de campo, mostrando una excelente resolución de su presupuesto pero también una vertiente más tenue del terror. La palabra sutileza es lo que puede definir completamente a este serial: sin subrayados musicales o visuales despliega actuaciones muy medidas e impecables y una dirección de fotografía cinematográfica donde las luces de la ruta son parte de una puesta en escena desenfocada. Es una apuesta que puede llegar a aburrir a los fanáticos del género acostumbrados a la truculencia contemporánea. Sin embargo, se trata de una vuelta de tuerca al terror psicológico donde lo sobrenatural sucede casi exclusivamente en el contracampo de la cámara.

Consideraciones finales

El género de terror en Argentina ha tenido momentos memorables en las pantallas televisivas argentinas. Series como *Obras maestras del terror*, *El muñeco maldito*, *El pulpo negro* o *El hombre que volvió de la muerte* fueron las que coronaron a Narciso Ibánez Menta como el rey del terror argentino[11].

Lejos de las décadas de oro en que estas legendarias series televisivas se convirtieron en éxitos arrolladores, el género de terror pareció extinguirse lentamente con muy pocos exponentes en la pantalla chica a partir de la década de 2000.

La llegada de la televisión digital abrió las puertas a diversas puertas ficcionales, entre las que se encontraron dos exponentes del horror argentino: *Alucinante* y *Ruta misteriosa*.

Ambas series abordan al género de manera muy diversa. *Alucinante* despliega una versión más truculenta, en una suerte de homenaje a las fórmulas ya probadas por el terror mundial. Son importaciones que han tenido lugar desde los inicios de la producción audiovisual argentina, más proclive a los monstruos anglosajones y europeos que a los fantasmas locales. Asimismo, la parodia o el humor que tiñen algunos de sus relatos lo acercan a las vertientes más recientes del cine de horror.

Por su parte, *Ruta misteriosa* postula un cruce de géneros. El terror interviene casi fuera de campo: es un ente sobrenatural que a veces ni se menciona pero se percibe y que se metamorfosea en cada episodio como un ser mitológico argentino.

[11]A pesar de ser un actor español y poseer una porción muy breve de su obra en este género.

Esta apuesta –increíblemente- innovadora[12] transcurre como telón de fondo de una historia familiar de sangre y venganza que va creciendo sigilosamente hasta ocupar todo el espacio de la cámara.

En definitiva, *Alucinante* y *Ruta misteriosa* despliegan elementos del género de terror de manera muy disímil. Sin embargo, ambas involucran nuevas maneras de acercarse a las series de televisión digital creando mundos de pesadilla para aquellos fanáticos del horror que ansían no despertar.

Bibliografía

> Altman, Rick (2000), *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Paidós.

> Curubeto, Diego (1996), *Cine bizarro. Cien años de películas de terror, sexo y violencia*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

> Gubern, Roman, y Prat, Joan (1979), *Las raíces del miedo*. Barcelona: Tusquets Editores.

> Isla, Alejandro (1988), "Terror, memory and responsability in Argentina". *Critique of Anthropology, 18* (2), 134-156.

> Lavia, Darío (2008), "Evolución del cine de terror argentino", *Cinefania*, Buenos Aires. Disponible en <http://www.cinefania.com/terroruniversal/index.php?id=186>.

> Lavia, Darío (2010), "*Terror en la TV argentina: Entrevista a Darío Billani*". *Cinefania*, Buenos Aires. Disponible en <http://www.cinefania.com/terroruniversal/index.php?id=202>.

> Martínez, Adolfo (2004), "El caballero del miedo", *La Nación*, 16 de mayo, Buenos Aires. Disponible en < http://www.lanacion.com.ar/601532-el-caballero-del-miedo>.

> Modleski, Tania (1986), The terror of pleasure: The contemporary horror film and postmodern theory. *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture*, 155-166.

> Nielsen, Jorge (2001), *Televisión argentina: 1951/1975*. Buenos Aires: Ediciones del Jilguero.

> Rodríguez, Carina (2012), *El cine de terror en Argentina: producción, distribución, exhibición y mercado (2000-2010).* Tesis para Magister en Industrias Culturales: políticas y gestión, Universidad Nacional de Quilmes, Quilmes (Buenos Aires, Argentina).

> Ulanovsky, Carlos, Itkin, Silvia, y Sirvén, Pablo (2011), *Estamos en el aire*. Buenos Aires: Planeta.

> Wood, Robin (1985), "An introduction to the American horror film". *Movies and methods, 2*, 195–220. Disponible en <http://www.neiu.edu/circill/F1313.pdf>.

[12]Los mitos y leyendas argentinos raramente han aparecido en las producciones audiovisuales nacionales de terror. Sin embargo, no es sorprendente el hecho de que no se los haya tomado como fuente de inspiración considerando que se han desarrollado con más fuerza los cánones europeos y anglosajones que los de nuestro propio folclore.

Mapas comunicacionales y territorios de la experiencia: notas espaciales sobre *San Salvador de Jujuy, Murmullo que aturde*

Por Alejandra García Vargas

Los lugares son contextos constituidos por tránsitos y traducciones,
que siempre se definen por sus relaciones con otros lugares.

Lawrence Grossberg (2012: 52)

Cuando era una niña, mi familia tomaba vacaciones en la playa. Viajábamos a las costas bonaerenses en el auto familiar, haciendo noche en alguna localidad de la provincia de Santa Fe hasta llegar, al día siguiente, a una ciudad notablemente distinta a la nuestra.

Ya en la adolescencia, mi padre viajaba por trabajo. A veces lo acompañaba para conversar con él de la vida -mientras hablábamos de cine- en la ruta y en pequeñas ciudades del Ramal salto-jujeño. Algunos fines de semana, la familia completa "subía" buscando el sol quebradeño del Noroeste.

Nacida y criada en la ciudad capital de una provincia argentina de frontera, supe tempranamente cuántos kilómetros había que viajar para dialogar con el Jujuy que desde San Salvador solían calificar como "profundo" y también cuántos hacían falta para quedar "lejos" en los relatos nacionales hegemónicos. Aquellos momentos de intimidad familiar en el automóvil conllevaban, entre otras, la experiencia del reconocimiento de las distancias y la complejidad del territorio jujeño, y sus relaciones con el espacio nacional que lo contiene.

Las primeras líneas de este artículo no son solamente anécdotas de un tiempo que recuerdo feliz, sino que intentan acercarse al tema que elijo explorar en relación con

la producción audiovisual en nuestro país: el espacio, entendido como experiencia y relación, y por lo tanto valorado como una dimensión central de la política.

Las políticas públicas de fomento diseñadas, planificadas y gestionadas por el Estado Argentino durante la última década, pero especialmente aquellas nacidas alrededor de la televisión digital a partir de 2009, proponen la transformación del espacio nacional audiovisual, enfrentando diversos desafíos. Este trabajo invita a relacionar esas acciones con la politicidad del espacio a partir *San Salvador de Jujuy, murmullo que aturde*, unitario documental dirigido por Diego Ricciardi para la serie *Nosotros* en el marco del Plan de Fomento 2010 de INCAA.

Como todo proceso social, la comunicación audiovisual televisiva se realiza en el tiempo, está dotada de historicidad y conlleva diversos conflictos. Las prácticas heterogéneas que integran este proceso se producen en contextos específicos e involucran a conjuntos de actores situados, revelando diversas relaciones de poder. Para abordar la materialidad de estas prácticas, incluidas las significativas que le son inherentes, consideramos necesario atender tanto a la ubicación relativa de los actores involucrados en las situaciones de producción, circulación y reconocimiento, y al contexto social en el que se desenvuelven, como a la variedad de marcos de interpretación del mundo que se ponen en juego para comprenderlos (cfr. Hall, 1996 [1973]; Slack, 1996). Entendemos que esta perspectiva retoma una rica tradición de estudios del campo latinoamericano de la comunicación/cultura, nacida al calor del intercambio entre diversos marcos teóricos, y que incluye el diálogo de la Economía Política de la Comunicación y los Estudios Culturales (Mattelart, 2011). El énfasis en la coyunturalidad (Grossberg, 2012) de estos procesos alienta la atención a las formas en las que la información y el entretenimiento se constituyen, cada vez y en cada caso, en contextos culturales específicos, a los que a su vez alimentan[1].

San Salvador de Jujuy, murmullo que aturde es la producción que elegimos para pensar en qué medida un proyecto financiado por el fomento de Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), considerado como hecho social, articula situaciones y conflictos que hacen a la dimensión espacial en nuestro país, y al hacerlo promueve una comunicación-otra. El documental dirigido por Diego Ricciardi, ha sido seleccionado por la región Noroeste (NOA) en el marco del concurso Documental Unitario *Nosotros* del Plan Operativo de Promoción y Fomento de Contenidos Au-

[1]La idea de "coyuntura" (Grossberg, 2006) implica focalizar las especificidades históricas sin renunciar a explicar ordenamientos amplios, lo que permite comprenderlas y eludir tanto el provincianismo como la subsunción de lo localizado en dinámicas o modelos explicativos generalizantes.

diovisuales Digitales 2010 (POPFCAD) impulsado por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y el Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre (CA/SATV-t). Tiene una duración de 24 minutos, ha sido realizado en 2011 y se encuentra actualmente en el Banco Argentino de Contenidos Universales Audiovisuales (BACUA).

Desde esa producción, proponemos describir diversas formas de la asimetría espacial, que revelan desigualdades sociales y una específica manera de abordar la heterogeneidad en nuestro país. Consideraremos algunos aspectos que permiten pensar en las continuidades y rupturas que plantean las políticas de fomento de INCAA: en primer lugar, observaremos el espacio audiovisual nacional y local en el que estas políticas se desarrollan; luego, esbozaremos un mapa de algunas de las formas de inscripción de las políticas públicas de la TDA en ese espacio; en tercer lugar nos acercaremos al territorio de la experiencia, considerando el itinerario biográfico del director del unitario; y finalmente atenderemos a las sentidos de lugar que propone el unitario de Ricciardi sobre una específica geografía urbana.

La ensordecedora centralización geográfica de la producción de contenidos en Argentina y el murmullo de la producción local

La producción mediática argentina, y dentro de ella la producción televisiva, revisten un alto grado de concentración. Marino, Mastrini y Becerra (2010) la describen a partir de tres características: el índice de concentración de los principales medios; el tipo de concentración conglomeral; y la centralización geográfica de la producción de contenidos. Nos detendremos aquí en la centralización geográfica de la producción de contenidos televisivos, por su relación directa con la coyuntura que posibilitó la realización del unitario que analizamos.

Aníbal Ford (1987) abordó específicamente el tema de la hiperconcentración como parte de la estructura y funcionamiento de las industrias culturales en nuestro país, exponiendo con preocupación la estructura altamente centralizada y porteña del complejo que él mismo denominara "CIC" (con el que menciona a la comunicación, la información y la cultura) y sus severas limitaciones para representar al país en toda su complejidad y riqueza. Es así que en Argentina, los procesos de comunicación televisiva están caracterizados, desde su inicio, por una suerte de *tensión espacial* que remite – entre otras condiciones - a la particular organización económico-política de nuestro Estado nacional. Son diversas las maneras en las que esta tensión se actualiza, aunque en todos los casos compartan situaciones de asimetría entre Buenos

Aires y el resto del territorio nacional, desigualdades que se reproducen y potencian en las provincias, en la relación entre las capitales y los territorios y demás ciudades que las componen.

Gonzalo Aguilar (1999, p. 264) indica que la televisión en Argentina fue desde el inicio "un factor fundamental de unidad territorial que reafirmaba (...) el poder de Buenos Aires", ya que al recibir idénticas imágenes y mensajes los hogares del territorio nacional se sentían "más integrados en el imaginario nacional y colectivo". Al mismo tiempo, la televisión modificó la idea de territorio, modificando la percepción de las distancias. Se trató de un impulso integrador, pero también homogeneizante y asimétrico.

Quizá la asimetría más evidente es la que se produce entre el lugar de emisión y el lugar de recepción de las señales en la experiencia de la televisión analógica abierta en Argentina, analizado tempranamente por Landi (1987), y que conllevó la escisión entre lugar de producción y de emisión de programas. Es así que la producción argentina se centralizó históricamente en Buenos Aires, por factores tecnológicos, comerciales y productivos. Esa concentración, y la transnacionalización a ella asociada, se agudizó con los procesos de re-regulación de medios de la década de 1990[2]. En la actualidad, y si bien con una disminución creciente a partir de la regulación específica de la ley 26522, la estrategia de retransmisión permanece en los canales de aire de las provincias argentinas, y tiene especial incidencia en la región del Noroeste que junto a la región pampeana son las áreas que menos han reducido las horas retransmitidas[3].

En el caso específico de Jujuy, el único canal de aire (canal 7 de Jujuy) integró tempranamente la sociedad promotora de TELEFE, y en una grilla predominantemente retransmisora de esa señal conservó los espacios noticiosos, y algunos programas producidos o coproducidos por la señal, con énfasis en las presentaciones publicitarias de productos o servicios que permiten su financiamiento (García Var-

[2]Una síntesis crítica de diversos abordajes que dan cuenta del proceso de concentración geográfica de la producción de contenidos con especial mención al NOA y a Jujuy puede verse en García Vargas (2011).

[3]Es así que para el período 2010-2011, AFSCA (2012) señala que sobre el total de horas retransmitidas por región, para el período que va de diciembre de 2010 a diciembre de 2011, AMBA no retransmite en red ni una hora de su programación, la región pampeana el 54%; Cuyo el 36%, el Noreste el 34%, el Noroeste el 55% y la Patagonia, el 39% (AFSCA, 2012). La programación reproducida en estos porcentajes por las diferentes provincias argentinas proviene, en orden de importancia, de los siguientes canales ubicados en Buenos Aires: TELEFE (el liderazgo muestra el éxito de la estrategia con Televisoras Provinciales S.A.); Canal 13; Canal 7- TV Pública; América. Sólo un 2% proviene de las televisoras por cable, y el 1% proviene de un canal ubicado en la ciudad capital de una provincia argentina (canal 7 de Mendoza). Disponible en: <http://www.afsca.gob.ar/2012/06/informe-anual-sobre-contenidos-de-la-television-abierta-argentina-periodo-2011/>.

gas, Arrueta y Brunet, 2009). En cuanto a las señales televisivas por cable, en la ciudad de San Salvador de Jujuy existen dos empresas proveedoras, cada una de las cuales tiene un canal local con producción propia, en la que se destacan los noticieros (ib). El 2 de mayo de 1985 se funda Canal 2 TV Color y el 14 de julio de 1986 Canal 4 MH Video Cable Jujuy, ambos servicios de circuito cerrado de televisión por cable (o televisión por vínculo físico), con dos tipos de acceso (Webster y Robins, 1986): *trivial* (se trata de hogares que pagan por el servicio de televisión por cable, pero contratan solamente el paquete básico) y *premium* (hogares que contratan canales especiales a un costo mayor).

Los dos canales de cable de la ciudad (y en ellos, los dos tipos de acceso) tienen una señal local propia. Para alimentarla, ambos canales cuentan con un servicio técnico para la producción y un servicio de producción de contenidos periodístico integrado por trabajadores y trabajadoras que se vinculan por contrato con los canales. Los demás programas de la señal local de los canales de cable, se realizan por cuenta de productoras independientes que alquilan el espacio en el que emiten, pagándolo de manera directa o compartiendo los ingresos por pauta publicitaria que también comercializan. Las señales locales no cubren la jornada completa de transmisión, sino que combinan producción local propia (noticieros); producción local por alquiler de espacio y retransmisión diferida de producciones diversas de las múltiples señales que forman parte de su oferta (García Vargas, Arrueta y Brunet, 2009).

Como vemos, la impronta integradora con dominancia de Buenos Aires -vía la repetición de contenidos en todo el país- alentó la concentración geográfica de la producción televisiva en Jujuy, aunque no excluyó el pequeño desarrollo en escala local, principalmente en el ámbito noticioso, como así también en el social y cultural, de programas que se emiten o se emitieron en los canales de aire y de cable de las provincias argentinas.

En paralelo, a partir de mediados de la década de 1990 se desarrolló con renovado impulso el documentalismo, especialmente en sus variantes testimoniales o de denuncia de las políticas neoliberales. Estas prácticas productivas fueron paralelas, pero se dieron en un medio relativamente pequeño, por lo que se encontraron en algunos momentos del proceso productivo, por ejemplo a través de algunos de sus trabajadores y trabajadoras contratados por los canales de cable jujeños para tareas específicas (edición, dirección, producción general). Es el caso de Diego Ricciardi, que además de integrar el Colectivo Wayruro Comunicación popular desde 2004, trabajó para Canal 4 como editor.

En cuanto a los circuitos de distribución de estas producciones locales, en Jujuy fueron notablemente diferentes. Mientras que los informativos y magazines o formatos de interés general quedaron asociados al ámbito local cubierto por el alcance o las redes de distribución de los canales de aire y de cable que los produjeron o coprodujeron, y con la lógica del broadcast; los documentales se distribuyeron en diversas escalas (locales, nacionales y regionales) y en circuitos alternativos, tanto por la apropiación de medios de base digital por parte de sus productores, como por su relación con la herencia del cine y el video militante o independiente que implica ámbitos como los festivales, el sistema educativo público (especialmente, el universitario) y espacios de la sociedad civil vinculados a la comunicación popular. Por ejemplo, en el caso de Jujuy, la muestra *Video Jujuy Cortos* promovida por Wayruro Comunicación Popular y la Red Andina de Video, que hasta ahora ha desarrollado doce ediciones anuales; o de la exhibición de videos como parte de los programas y actividades de diversas formas de encuentro popular y de resistencia a (o denuncia de) las políticas neoliberales (acampes en la plaza Belgrano, jornadas de protesta en galpones recuperados por organizaciones sociales)[4]. Excepcionalmente, se reunieron los circuitos de distribución, es el caso del ciclo de documentales presentados por Ariel Ogando en canal 2 durante dos temporadas (2006 y 2007)[5], o bien en transmisiones especiales vinculadas a efemérides (por ejemplo, en 2013 canal 2 programó el documental *Nadie olvida nada* de Ogando el 24 de marzo, para rememorar el golpe de estado de 1976).

El mapa argentino de la producción de contenidos está fuertemente concentrado, y muestra la desigualdad en los flujos: mucha producción en un único espacio reducido, y poca en el resto del territorio. A su vez, el mapa de la televisión analógica y de cable en Jujuy muestra a pocos actores que producen baja cantidad de contenidos, retransmitiendo buena parte de su programación de canales de Buenos Aires (en la televisión de aire) o de señales específicas que forman parte de su oferta (en la televisión de cable). La producción o coproducción de contenidos locales abarca noticieros y programas de interés general. También se producen documentales, que integran otros circuitos de distribución, diferentes a los de las señales televisivas locales.

En este contexto, se ha sostenido que la televisión digital abierta implica un verdadero "cambio de estatuto" de la radiodifusión (Bizberge, 2010), tendiente a la de-

[4] Terbeck (2007) ha descripto y analizado estos circuitos del *documental militante* en la ciudad de Buenos Aires.

[5] En ese ciclo, se programaron cortos disponibles a partir de la muestra Jujuy Cortos, producciones que corresponden al circuito de video independiente de todo el país que se presentan en la muestra, y no sólo al ámbito local.

mocratización de medios y contenidos. Dicho cambio de estatuto no se limita a la evidente transformación de la infraestructura técnica vinculada a la migración digital (que no podría explicar por sí misma la democratización), sino que alcanza a la redefinición del papel del Estado Nacional Argentino en las políticas de comunicación, la articulación expresa con América Latina, la voluntad de creación y fortalecimiento de las industrias culturales locales y puestos de trabajo a ellas asociados, entre otros puntos. La magnitud de esta transformación sólo puede comprenderse si consideramos que la digitalización se produce en un nuevo marco legal que combina la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual y el decreto 1.148/09 regulatorio de una nueva tecnología.

Las políticas públicas de fomento a la televisión: Jujuy en el mapa de la TDA

El nuevo espacio nacional audiovisual se proyecta e intenta materializarse a través de diferentes estrategias, enmarcadas de manera general por la Ley 26.522 y particularmente para la TDA, en el decreto 1148/09[6].

El decreto 1148 crea el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre y el Consejo Asesor del Sistema Argentino de la Televisión Digital Terrestre, en el ámbito del Ministerio de Planificación de la Nación (MINPLAN). En este marco, el Consejo propuso un plan estratégico 2009-2019 (año del apagón analógico), declarando como objetivo garantizar el acceso universal al servicio y por lo tanto a las Nuevas Tecnologías de la Información[7].

La Estación Digital Terrestre (EDT)[8] Jujuy se inauguró el 21 de junio de 2011. En la página web de la TDA, se indica que la población afectada alcanza las 346.200 personas. Sobre la receptividad de la población a la TDA en San Salvador de Jujuy, contamos con datos del Subprograma Polos (2013)[9] que indican que el 9% de la población utiliza Televisión digital abierta. Es un porcentaje importante, si atendemos a

[6]Disponible en <http://www.boletinoficial.gov.ar/Inicio/Index.castle>, consultado en junio de 2013.

[7]Véase el documento "Planificación estratégica para la implementación del SATVD-T", disponible en <www.minplan.gob.ar>, consultado en junio de 2013.

[8]El tendido de la red de estaciones digitales terrestres (EDT) puede apreciarse en el siguiente mapa: < http://www.tda.gov.ar/contenidos/mapa.html>, consultado el 10 de junio de 2013.

[9]Programa de Polos Audiovisuales Tecnológicos (2013), *Proyectos de Investigación y Desarrollo. Línea de estudios Consumo y audiencias televisivas. Informe comparativo de estudios locales* e *informe Nodo Jujuy,* enero.

que la estación se inauguró hace sólo cuatro años, frente al consumo de televisión por aire que se reduce al 7,7% de la población. El sistema de televisión más utilizado en esa ciudad sigue siendo la TV por Cable (81,8% de los encuestados), y la de menor incidencia es la TV satelital (1,4%).

En la normativa, la garantía de acceso de la población a la TDA y a las nuevas tecnologías se concibe enmarcada en un modelo que contempla la inclusión social y la diversidad cultural, el fortalecimiento de la industria nacional y la promoción del empleo, el desarrollo científico-tecnológico y la protección de los derechos y libertades ciudadanas.

Todos estos puntos implican la confrontación con la dinámica concentradora expresada en las estrategias de repetición y en las de localización exclusiva de los procesos productivos en la capital nacional. Para los procesos productivos, el Consejo Asesor elaboró el denominado Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales digitales del SATVD-T (28/6/2010, acta resolutoria N° 7 del Consejo Asesor), organizado en cuatro ejes: Integración regional y desarrollo audiovisual digital; Promoción de Producción de Contenidos Digitales; Bancos de Contenidos Audiovisuales Digitales y Articulación y Desarrollo de Señales Digitales Públicas y de Gestión Privada sin fines de lucro.

Las convocatorias por concursos de INCAA se inscriben en el eje de Promoción de la producción de contenidos, y buscan específicamente federalizar la producción audiovisual para el SATVD-t, enfrentando de ese modo la concentración geográfica de la producción audiovisual argentina en Buenos Aires, mediante el mapeo del país en seis regiones que reciben subsidios iguales para la realización televisiva de diversos formatos.

Estas convocatorias promueven en sus bases la inclusión de la diversidad y heterogeneidad constitutivas de nuestro país, organizándola en regiones que se agrupan por proximidad geográfica, histórica, social y cultural.

Los concursos de la convocatoria federal 2010 propusieron como objetivos producir contenidos locales para la televisión digital en todo el territorio nacional y desarrollar las capacidades profesionales de directores, productores y guionistas independientes de cada una de las provincias del país, fomentando así la colaboración, coproducción y alianza estratégica entre ellos.

La convocatoria de unitarios documentales *Nosotros*[10] propuso que los proyectos

[10]Disponible en <http://www.incaa.gov.ar/castellano/assets/images/b_nosotros.pdf>, consultado en junio de 2013.

tuvieran en cuenta (de manera no taxativa) las siguientes temáticas: desarrollo social, infancia, derechos humanos, salud, turismo, género, ciencia y tecnología, trabajo, cultura y educación. Para fomentar una mayor participación local se agrupó a las provincias por región, permitiendo al equipo de realización presentar más de una propuesta, siempre que éstas abordaran historias y temáticas de diferentes provincias de la región por la que se inscriben (INCAA, 2010).

Este concurso aseguró una cantidad igual de inversión para fomentar producciones en todas las regiones del país, aunque no así su distribución en medios locales.

Consideramos que el mapa de regiones INCAA resulta una propuesta de inclusión en igualdad sensible a la diversidad, relativamente novedosa y abiertamente situada, ya que valora trayectorias y experiencias previas. Implica, entonces, una "renovación situada" por la variedad de géneros (entre los que se incluye el documental), por el destino (la convocatoria es para televisión), y por la concepción de distribución de recursos (que los organiza con perspectiva federal, y reconociendo regiones diversas en el país).

En cuanto a la variedad de géneros, incluir el documental implica realizar una convocatoria sobre la base del conocimiento del efectivo desarrollo de la producción audiovisual local en el territorio nacional. Específicamente en el caso de Jujuy – como se dijo en el apartado anterior – hablamos de prácticas y experiencias constantes y crecientemente profesionalizadas de al menos dos décadas. Del mismo modo, la tarea de articular la convocatoria en regiones recupera, potenciándolas, algunas de las formas previas de organización ya iniciadas desde la conformación de numerosas redes de producción independiente y alternativa, para atender a los desafíos de su desarrollo o visibilización. Las lógicas de articulación de esas redes, si bien variadas, son en general sensibles a la territorialidad, y de base local. La importancia de la localización en el pensamiento audiovisualista independiente se evidencia en que eligen mayoritariamente la designación por la localidad o la provincia para sus eventos y formas asociativas, por ejemplo: *Oberá en cortos*, *Santiago del Video*, o *Red Andina de Video*. Por ejemplo, la *Red Andina de Video* es una experiencia organizativa de productores independientes para incidir en las formas de distribución de recursos provenientes de políticas de fomento en las provincias de Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero, Catamarca y La Rioja, entre otros objetivos. *San Salvador de Jujuy, murmullo que aturde* fue inicialmente un proyecto de unitario presentado por Diego Ricciardi, por Jujuy y en la región NOA para el concurso *Nosotros* de INCAA.

Territorios de la experiencia: realizadores en contexto

El concurso *Nosotros* admitía la presentación de personas físicas o jurídicas. Como ya mencionamos, *San Salvador de Jujuy, murmullo que aturde* fue presentada por Diego Ricciardi en la convocatoria 2010. Los roles requeridos para la presentación fueron cubiertos por Ricciardi como director y guionista y Ariel Ogando como productor. El equipo de realización estuvo conformado por audiovisualistas independientes que integran el colectivo Wayruro Comunicación Popular.

Diego Ricciardi se incorporó a Wayruro Comunicación Popular en 2004, y sostiene que fue allí donde comenzó a trabajar más intensamente en producciones colectivas que tienen que ver con el documental apuntando al video y a lo televisivo más que al cine. Su trayectoria anterior incluye un primer acercamiento a la radio y el video en el secundario (en su Neuquén natal); tres años de formación en la Escuela de Cine de Avellaneda, que resultaron decisivos en su preferencia por la edición y el montaje, y durante los cuales formó parte de una "cuadrilla documental" de estudiantes con la que registraron diversas movilizaciones en Buenos Aires (entre las que se cuentan las luchas por el Hospital Malbrán y las manifestaciones por el asesinato de Teresa Rodríguez); un período en Tilcara durante el que participó en diversas tareas vinculadas a la realización de documentales; el ingreso a la carrera de Comunicación Social de la FHyCS/UNJu en 2001 (primero como estudiante, y hoy como docente e investigador); y la incorporación a la Red Andina de Video.

"Desde el afuera" Wayruro Comunicación Popular ha sido incluido en el catálogo de colectivos, grupos y realizadores de documentales y audiovisuales *de intervención política* 1990-2006 elaborado por el proyecto UBACYT S-104 (2009, resaltado nuestro). En cuanto a la autopercepción de este colectivo, uno de sus miembros describe a Wayruro como una agrupación independiente de toda organización sindical o político pero que es política y cultural por "abordar la realidad desde un lugar determinado, los sectores subalternos" (Ogando, 2004, p. 134). Wayruro concibe a la comunicación como un "instrumento" que ayuda a sostener, colectivamente y junto a otros movimientos, diversas experiencias que colaboren en la "batalla cultural" por la denuncia y la superación de situaciones de opresión social. Wayruro surgió como iniciativa de un grupo de estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy, junto a otros jóvenes jujeños que estudiaban en otras universidades del país, ante la interpelación de la situación crítica de la provincia hacia comienzos de la década de 1990. Los integrantes de Wayruro describen los primeros años como trabajo de militancia universitaria en el interior de la Facultad de Humanidades (donde muchos de sus

integrantes formaban parte del Centro de Estudiantes, junto al reconocido dirigente sindical Carlos "Perro" Santillán).

Hacia 1992, el grupo adquiere su primer equipamiento S-VHS de video, en el que uno de sus integrantes invirtió la indemnización por despido de YPF de uno de sus integrantes, que monta una pequeña productora. Ese equipo de la productora se utiliza para un proyecto de producción audiovisual de denuncia social ligado al documentalismo. Con el mismo equipo, el grupo filma eventos sociales y publicidades para asegurar la subsistencia. En 1994, el grupo registra varias horas de las movilizaciones del "jujeñazo" y de la Marcha Federal. Para Ogando (2004) esa experiencia y la interacción con diversos dirigentes les permite concebir una idea más "nacional" de los movimientos de lucha. A fines de 1995, dos integrantes de Wayruro viajan a España becados por la Universidad Internacional de Andalucía, para intercambiar experiencias en comunicación alternativa. Ogando (2004) asegura que ese encuentro les permitió ampliar aún más la mirada y profundizar en la reflexión sobre sus prácticas.

Desde ese momento y hasta ahora, Wayruro ha realizado videos, documentales y programas de televisión para numerosos canales argentinos y del continente, ha publicado la revista Wayruro, ha generado y sostenido durante once años la muestra "Video Jujuy Cortos", y ha integrado numerosas experiencias de encuentro alrededor de la comunicación popular. Actualmente, el colectivo trabaja en el canal-escuela Kallpa TV (con el lema "La televisión no se mira: se hace") y es un activo y reconocido actor del campo audiovisual independiente vinculado a la comunicación alternativa del Noroeste Argentino. Organiza su tarea en tres ejes: producción, capacitación e investigación.

Al igual que sus compañeros y compañeras de Wayruro, Ricciardi se define como "trabajador del audiovisual", y encuentra que esa adscripción lo aleja de otras percepciones sobre la posición del audiovisualista:

> (...) una de las diferenciaciones que tenemos con otros sectores de producción audiovisual, tiene que ver con (...) cómo nos auto-referenciamos. Nosotros [se refiere a Wayruro] nos auto-referenciamos como trabajadores, trabajadores de la cultura. Y hay otros grupos que tienen que ver con la producción audiovisual que hacen exactamente lo mismo que nosotros pero se auto-referencian como artistas. Porque (...) la categoría de artistas tiene incorporada esa legitimación que brindan las instituciones o (...) esas formas de producir en Buenos Aires (...) [a] algunos pocos ungidos que pueden tener y profesar la profesión, no [a]

> todo el mundo (...) Y yo no creo en eso, yo creo que son prácticas que pueden ser fácilmente apropiadas por toda la población, independientemente de los recursos técnicos. (...) O sea, si creo que [es] bárbaro que haya especializaciones y alguien se especialice en cámara y que él sea el referente en lo que es cámara y fotografía, pero el resto (...) puede ser un trabajo totalmente colectivo y es lo que más me atrae de eso. Y creo que la industria cinematográfica argentina, la industria audiovisual de televisión en Argentina no está conformada de esa manera. A mí [me parece que es así] en parte por convicción y en parte por la práctica (...) yo he viajado hasta Ushuaia y soy de Neuquén (...), he recorrido un montón de provincias de la Argentina y la mayoría de la gente que se dedica a la práctica audiovisual con criterios autodidactas tiene que recurrir (...) a trabajar en conjunto porque si no, no lo puede hacer, por carencia de recursos.

El director cuenta que el proyecto de *Murmullo* fue la reelaboración para la presentación en la convocatoria INCAA de una tarea de investigación y experimentación de varios años. Ricciardi considera que este unitario se relaciona fuertemente con el corto *Tacita*, y su reflexión posterior ampliando y profundizando la idea inicial, para un concurso español de documentales sobre ciudades junto a Paula Kuschnir (integrante de Wayruro). Este trayecto tuvo un nuevo giro para la presentación INCAA.

En *Tacita*, la ciudad aparece a partir del montaje de diversas vistas de la ciudad a partir de contrastes, con sonido ambiente. Esa elección se debió a las restricciones técnicas (se realizó con una sola cámara, que además tenía problemas de sonido) y presupuestarias, pero también a las decisiones y preferencias del propio realizador. Es así que, para Ricciardi:

> (E)n toda mi educación, como realizador, el montaje fue lo principal. Yo antes de ir a la escuela [de cine de Avellaneda], me asocio con este amigo para hacer videos, lo primero que me compro es un mixer para editar, o sea que yo aprendí mucho editando. Voy a la escuela, sigo aprendiendo más porque trabajaba como editor en la cooperadora. (...) (C)uando ya me apropio de que lo mío es el cine y lo audiovisual, la idea de por qué me gusta pasa por lo que tiene de integrador: un arte que integra todas las artes (...) pero, además, es un oficio que integra a un montón de gente. Esa cuestión colectiva siempre me llamó la atención. Colectiva y casi ecléctica, que tiene un poco de literatura, un poco de teatro (...) (S)i hay algo que es fundamental en lo audiovisual, y es propio de su lenguaje, es el montaje. Por eso es en lo que más me gusta trabajar.

Sobre el trabajo que siguió a la presentación del proyecto a la convocatoria 2010 de INCAA desde la experiencia de *Tacita*, Ricciardi relata un proceso de progresivo enriquecimiento de la idea inicial, en diálogo con evaluadores y capacitadores en las clínicas. El proyecto participa de las formas testimoniales elegidas por Wayruro:

> [E]n *Murmullo* está representada la economía informal, digamos el comercio informal, la lucha piquetera o la lucha de los piquetes, la cuestión que tiene que ver con la religiosidad popular, lo que tiene que ver con la cultura gastronómica de la calle. (...) No teníamos ningún protagonista y a mí eso no me quitaba el sueño. (...) Le digo [a Ariel, mientras planificaban el documental]: "a mí no me quita el sueño porque de hecho los protagonistas están ahí en la calle, y son muchos". (...) No tiene que ser un referente importante, sino que era eso, era la voz de aquellos que están invisibilizados. (...) (A) la hora de encontrarme (...) con todo el material, de empezar a trabajar en el montaje (...) [con] cómo contar la cotidianeidad a partir de las imágenes y cómo a esto sumarle el relato de los personajes, fue que decidí que los personajes tampoco hablan a la cámara. Iba con la misma idea de que a estos personajes, que son invisibilizados cotidianamente, el documental no los visibiliza hasta el final. O sea, sí aparece su discurso, sí aparecen su relato y su cotidianeidad, pero ellos frente a la cámara, diciendo lo que tienen que decir, recién al final. (...) usar la estructura de su relato solo en audio y que su cotidianeidades vayan relatándolos, como un contrapunto de lo que van diciendo ¿no?, y que todo esto se va rearmando, se va amalgamando y (...) aparecen, son visibilizados, al final, y al final terminan siendo todos parte de un gran discurso (...) que es la ciudad (...) Lo que estaba claro desde el principio era qué es lo que quería contar, esto del discurso oculto y después todo fue reacomodar los recursos estéticos para que termine siendo lo que es: *Murmullo*.

Las convocatorias de fomento posibilitaron la realización del unitario. El realizador indica en sobre estas políticas, en relación con su propia biografía:

> (C)uando yo comencé a estudiar cine, (...) [empecé] a descubrir [que] el documental también era como una especie de apología de los perdedores (...) Es muy difícil encontrar posibilidades de financiamiento para documental (...) El Plan de Fomento (...) da un vuelco: existe la posibilidad de hacer un contenido financiado para televisión sin que termine siendo un contenido de bajo presupuesto. (...) No es una película de cine, es una mini película para un horario televisivo y no es un proyecto de bajo presupuesto, y puede ser financiado. Eso me pareció

> importantísimo, (...) los otros documentales siempre los hice a pulmón y con los recursos que tenía (...), el Plan de Fomento rompe con ese esquema, pero no sólo con la posibilidad de financiación, si no estableciendo este tipo de productos. O sea, hasta ese momento era [el canal] Encuentro nada más el referente. Pero Encuentro más allá de que utiliza mucho el trabajo documental, se maneja con ciertas productoras que hacen una serie de programas de alto presupuesto, pero sólo son ellos. Entonces, el Plan de Fomento permite que aparezcan este tipo de materiales que (...) no son una gran producción pero sí son una producción importante, financiada. Permite (...) un abanico de voces que no existían antes.

Hacia el futuro, la preocupación de este realizador es afirmar lo conseguido brindándole estatuto de política de Estado:

> De ser productor que a duras penas tenía cada uno su equipo, y trataba de aspirar a la profesionalidad, convertirse en profesionales o tener el equipamiento de ser profesionales es un montón (...) lo que se ha visto, no sólo acá, yo viajo mucho y es constante en distintas provincias (...), montón de provincias que se han desarrollado, han aspirado a la profesionalización y han empezado a tener este tipo de productos y bueno, ha habido una modificación sustancial. Lo que sí, me parece (...) importante que esto se establezca como una política de Estado al punto de que uno no tiene que estar dependiendo de la coyuntura política, que ya pueda contar con eso y saber que uno puede establecer sus primeras herramientas a partir de eso, del Plan de Fomento. Y creo que eso [puede ser] sustentado en que no hay otra forma para romper con (...) estas desigualdades que hay en todo el país que tienen que ver con el centro y la periferia, [y] también se traducen en lo audiovisual. Hay un montón de gente que la única esperanza que tenía (...) era en cierto momento -aspirando a trabajar de lo audiovisual- (...) migrar al centro, capacitarse y quedarse a trabajar ahí. (...) En los últimos años hay cada vez más chicos que han ido a estudiar y vuelven tranquilos a tratar de trabajar de lo que aprendieron pero acá, donde nacieron. Y esto se dio, en gran parte, (...) por este tipo de políticas. Ahora creo que ha habido un avance, un crecimiento importante pero si esto no tiene una continuidad va a volver a pasar lo mismo, sobre todo si hay estos discursos donde los criterios son a partir del (...) rating o el cupo de pantalla. (...) (S)on historias completas acalladas, porque la única visión que existe son las de los centros de producciones [concentrados].

Tal como lo expresa la convocatoria que citamos al comenzar este apartado, los planes de fomento promovieron activamente el fortalecimiento de las industrias cul-

turales locales. Pero además de su indudable impacto en la economía local y regional, y la promoción de trabajo alrededor de esta actividad; en el espacio próximo de las experiencias personales, en el espacio biográfico de los y las realizadores, el acceso a fondos para la producción se leen como un giro decisivo hacia la profesionalización. En el caso de Ricciardi, el fomento le permitió desarrollar un proyecto en el que venía trabajando desde hacía un tiempo considerable, fortaleciéndose como documentalista, y reafirmando sus convicciones en torno a la militancia de la comunicación como derecho y construcción colectiva.

Figuras de la patria audiovisual: sentidos de lugar en San Salvador de Jujuy, murmullo que aturde

Además de mostrar las dinámicas vinculadas a los desplazamientos biográficos y a las inequidades espaciales vinculadas a la concentración en la producción del audiovisual, *San Salvador de Jujuy, murmullo que aturd*e resulta una fuente relevante y disponible de representaciones sociales sobre el espacio local.

Las narrativas audiovisuales televisivas son centrales en la organización del saber social, por su pregnancia y accesibilidad. Es así que la trama argumental produce un ordenamiento de la realidad, seleccionando los eventos que contribuyen significativamente a la historia que se construye, y poniéndolos a disposición de las audiencias. Las narrativas audiovisuales pueden definirse como el "saber, oficio y práctica que comparten los productores y las audiencias" (Rincón, 2006, p. 94). Rincón sostiene que la narrativa es una matriz de comprensión y explicación de las obras de la comunicación. Se afirma la narratividad como una racionalidad intrínseca que busca hacer legibles los mensajes a través de estrategias de organización del discurso audiovisual; como formas del relato que comparten procedimientos comunes y referencias arquetípicas vinculantes a partir de los referentes conocidos.

Como sostiene Vila (1997: 132-133) las narrativas y las categorías se relacionan, y una parte importante de la connotación de las categorías que utilizamos para describir a actores sociales sería "el producto de la sedimentación de las múltiples narrativas acerca de nosotros mismos y los "otros" que utilizamos para dar cuenta de la realidad que nos rodea. Las narrativas audiovisuales ofrecen selecciones y caracterizaciones de temas, actores, tiempos y espacios, y esa tarea es operativa ideológicamente.

La recuperación de la palabra de determinados actores sociales (y no otros) es una operación fundamental en toda producción mediática. En el caso del género

documental esta importancia se acentúa por su carácter testimonial, expresado tanto en cuanto tipo de obra expresiva de la realidad regional, como en relación a su uso específico como "documento" o "prueba" (Mestman, 2013).

Por otra parte, dado que las temporalidades y las espacialidades sociales son múltiples, la producción audiovisual (y las producciones mediáticas en general) eligen y proponen diversas tradiciones selectivas (Williams, 1997) y múltiples sentidos del lugar (Rose, 1995). Los conflictos o tensiones entre diversas interpretaciones del tiempo y el espacio exponen y actualizan las formas de la desigualdad vinculadas a un específico marco económico-político: las tradiciones selectivas lo hacen porque la selección de determinados hitos para pensar el pasado justifica (al menos, parcialmente) el presente; los sentidos del lugar, porque las relaciones y escalas utilizadas para representar el espacio físico brindan una topología del orden social.

En este apartado analizaremos el unitario elegido en tres niveles: espacio, tiempo y personajes (Greimás y Courtés, 1982).

Representaciones del tiempo

La dimensión del tiempo se trabaja desde la estructura narrativa, que muestra un día en la ciudad. El tiempo se condensa en los 26 minutos del documental mediante el montaje de escenas que representan diferentes momentos del día.

La primera escena se desarrolla al amanecer, en un predio en el que poco a poco diversos hombres y mujeres levantan los puestos de la feria en los que trabajan, contexto desde el cual se abre el primer testimonio de una feriante que vende ropa nueva que trae de ferias de Buenos Aires. La última escena, por su parte, se inicia a partir del proceso de cierre y desmantelamiento de otro puesto, en este caso un sitio callejero de una vendedora de diversos productos muy populares en Jujuy, en los alrededores de la Terminal de Ómnibus. Esa mujer caminará con sus cosas en un carro hasta unirse a una multitud de otros hombres y mujeres caminando mientras cae la noche en el centro de la ciudad.

Es la estructura de la película la que enseña cómo es un día en la ciudad, y al hacerlo se representa el tiempo de lo cotidiano – y específicamente la cotidianeidad del trabajo, la protesta y la celebración religiosa- como marco temporal para pensar lo urbano. Se propone, entonces, la idea de construcción diaria de la ciudad, que en el caso de San Salvador de Jujuy resulta especialmente interesante por el papel que juega la calle como sitio del trabajo, la fiesta o el reclamo.

Representaciones del espacio

Otra clave de estructuración del relato se encuentra en el contraste entre el espacio patrimonializado de las imágenes iniciales de la película y el espacio cotidiano del trabajo, "desde el punto de vista del actor" urbano.

La confrontación de estas dos ciudades (la patrimonializada y la cotidiana de quienes trabajan, protestan o celebran en las calles) se trabaja en la edición y montaje del sonido y de las imágenes. Desde el sonido, distorsionando el relato del off de un documental clásico patrimonialista que indica los puntos centrales de la ciudad para la publicidad turística y superponiendo a ese sonido distorsionado los miles de sonidos diarios del amanecer en la feria urbana. El sonido varía desde la locución *en off* en estilo "neutro" del inicio, con un relato sobre la ciudad patrimonializada, hasta las voces de cada entrevistado, que al final, junto con el atardecer, se entremezclan en un murmullo que también incluye la locución "neutra" del *off* inicial. En las imágenes, ya que ese discurso publicitario patrimonialista que se cita intertextualmente muestra la materialidad de lo construido sobre la de lo vivido, al punto de preferir imágenes de calles, paseos y edificios vacíos (sin gente) para mostrar la ciudad.

Los espacios de la ciudad que se muestran son una feria, el área de la terminal de ómnibus, un barrio popular de la orilla del río Grande, diversas calles de la ciudad (céntricas y periféricas), un galpón que oficia de capilla para la imagen de la Virgen de Urkupiña (y al mismo tiempo sitio de ensayo de los caporales y los tinkus que la adoran durante las procesiones). Todos esos espacios aparecen en continua transformación, por el movimiento de personas y por las modificaciones que los protagonistas les imprimen constantemente.

Los protagonistas nombran diversos espacios de la ciudad como la calle, la casa, la feria, la universidad (a la que asisten los hijos de la vendedora de la terminal, a la que no puede asistir el vendedor de películas y música piratas que aparecen como puntos de su preocupación o su experiencia). También se indican circuitos de llegada de objetos, o trayectorias por otros espacios que hablan de historias de vida en un presente urbano de una provincia argentina vinculadas a un pasado en otros espacios, muy diversos: lotes de zafreros en los ingenios azucareros de las Yungas, ciudades de Bolivia (como Cochabamba, de donde se trajo la imagen de la virgen de Urkupiña), locales de trabajo formal. En otros casos, la ciudad y el propio espacio de trabajo en la calle (como el caso de la vendedora de tamales y humitas) han sido desde el nacimiento uno de los escenarios de esas vidas.

Se espacializan los personajes de los testimonios en clave centro/periferia o – mejor – centro/terminal de ómnibus, dicotomía que en la voz de la feriante y la vendedora de tamales servirá para caracterizar a las personas "del centro" que compran en circuitos alternativos como la feria o los puestos de comida que rodean al Mercado de Abasto de Villa Gorriti. Los "del centro" proveen cierta legitimación, ya que incluso ellos (que viven en las áreas más valoradas de la ciudad) eligen un circuito de consumo que los involucra y que es sostenido (al tiempo que sostiene) a los menos privilegiados de esa misma ciudad.

Personajes

Todos los personajes trabajan o pasan una parte importante de su vida en las calles de la ciudad y, si bien no se muestran, otros espacios forman parte de sus testimonios. Esos relatos de itinerarios de vida son intergeneracionales y espacializados: la ciudad resulta espacio de vida posible, en contraposición a otros lugares (ejemplarmente, los lotes de ingenios azucareros) en las trayectorias de vida propia y de los hijos e hijas que relata la vendedora de la terminal. En cuanto a la feriante, da cuenta del desplazamiento desde la peluquería propia (instalada) a la feria, en relación con la historia de sus propios hijos. El vendedor de películas menciona a la paternidad como el hito clave que lo llevó a vender películas en la calle, en un puesto que arma y desarma diariamente. La vendedora de tamales y humitas cuenta que concurre al puesto desde la niñez, junto a su madre y abuela inicialmente y ahora sola, y que sus clientes reconocen esa historia familiar cuando la ven. La problemática de la vivienda es parte del relato del manifestante del movimiento "Barrios Unidos", en el que se menciona como casa (familiar), y no como barrio (comunitario o grupal).

El relato de los actores aparece en su propia voz, fuertemente contextualizado en su lugar de trabajo, y – como la palabra testimonio indica – en primera persona. Son sujetos situados y con historia, y los tiempos y espacios por los que transcurrieron las biografías que esos personajes relatan hablan también de la ciudad, pues la ponen en relación con diversas escalas. Cada uno de los protagonistas aparece en el lugar de trabajo, protesta o festividad. Durante las escenas que relatan las historias de vida y la cotidianeidad de los personales, se escucha el audio del testimonio, y se los ve en acción en su ámbito de trabajo cotidiano, pero no hablan a cámara hasta el final, cuando nos interpelan con su mirada casi al tiempo de fundirse con los demás testimonios y el discurso patrimonialista, y los miles de ruidos de la ciudad, en el *murmullo que aturde* que dio vida y estructuró el unitario.

En los títulos finales, se nombra a todos los testimoniantes como protagonistas.

Encuadres interpretativos predominantes

Si articulamos las representaciones de tiempo, espacio y personajes que hace este documental, observamos que diversas operaciones (Verón, 1996) construyen sentidos de ciudad complejos y específicos.

Por una parte, la ciudad resulta conflictiva por el contraste explícito entre la ciudad vivida y la ciudad patrimonializada. Por otra parte, la ciudad se muestra como un espacio que se vincula con otros, con una suerte de exterior constitutivo que la pone en relación con diversas escalas. Al mismo tiempo, en el unitario, San Salvador de Jujuy incluye tanto localizaciones particulares como trayectos (entendidos como formas particulares del tiempo y el espacio, llenos de sentidos y que llenan de sentidos a las localizaciones particulares). Esa tensión entre escalas exteriores y entre ciudades que cohabitan en la experiencia de quienes comparten el mismo espacio físico se propone "desde abajo", desde los hombres y mujeres que la construyen día a día: se llega a la ciudad por los testimonios, las experiencias, las historias y los recuerdos personales.

De manera que *Murmullo* altera las visiones dominantes (generalmente, patrimonializadas) de los medios locales sobre la ciudad (cfr. García Vargas, 2010) politizando el espacio próximo de la vida cotidiana, y visibilizando confrontaciones en la relación entre sujetos con múltiples puntos de vista. Lo hace a partir del montaje y como parte de la estrategia narrativa.

Por su parte, al mostrar cuán profundamente urbana es la Argentina profunda, señala las imágenes menos habituales de Jujuy en los medios de distribución nacional producidos desde Buenos Aires, donde la provincia se reconoce por los paisajes majestuosos de la Quebrada de Humahuaca, que se ofrecen como invitación al descanso.

En cuanto al género, el unitario participa de algunas de las características del Documental Militante (Mestman, 2013) tanto en las posiciones frente a discursos mediáticos más visibles y hegemónicos (por ejemplo, en la cita intertextual de la reproducción del discurso del documental patrimonialista que se distorsiona), como en el uso del testimonio (quiénes hablan y dónde lo hacen; y cómo se editan estas participaciones).

Mirar desde Jujuy: el valor del murmullo

Este artículo exploró diversas aristas que hacen a la dimensión espacial de la producción del audiovisual en Argentina, para observar una de las formas específicas en las que las políticas de fomento alientan la equidad.

Rita Laura Segato (2007) cita a Naficy (1999) para hablar de un "cine con acento" que se da aún en directores exilados, y complejiza la escala nacional específicamente para dar cuenta de dinámicas de frontera entre Argentina y Brasil. Si bien la autora se refiere a marcos nacionales (como escalas casi excepcionales en el proceso general de mundialización y concentración de la producción cultural) y se ocupa del cine, consideramos que esta apreciación puede aplicarse a este unitario, advirtiendo que trabajamos con el marco provincial y con una producción destinada a la televisión digital.

El conjunto de mapas, territorios y sentidos de lugar explorados en este ensayo nos indican en qué medida las políticas de fomento tienen trascendencia política y social, porque habilitan miradas con acento. El mapa concentrado de la producción de contenidos se ha transformado con las políticas públicas vinculadas a la TDA, que comienzan a reorganizar el espacio audiovisual existente con otra lógica. Esos nuevos puntos y agrupaciones en el mapa brindan posibilidades renovadas a los trayectos de trabajo y profesionalización ejemplificados por la experiencia de Ricciardi. Por su parte, los sentidos de lugar ofrecidos en *San Salvador de Jujuy. Murmullo que aturde* refractan y co-construyen diversos ejes de ordenamiento de la desigualdad y la diferencia desde el lugar relativo de la sociedad jujeña.

Los sentidos de ciudad que construye este unitario hablan de San Salvador de Jujuy como espacio heterogéneo, desigual y marcado por lógicas sedimentadas de poder y de interrelación. Esa denuncia de desigualdad no renuncia a la capacidad de agencia de sujetos que construyen y desmontan sus lugares de trabajo diariamente para defender su derecho a la ciudad. Esa denuncia de desigualdad, a su vez, puede escucharse como una voz que junto con otras produce desde el audiovisual un *murmullo que aturde* por haber conseguido la restitución del derecho a la mirada (compleja y situada) de los productores audiovisuales de áreas no metropolitanas ni rioplatenses. A quienes elegimos vivir "lejos" en la Argentina, nos toca celebrar los derechos conseguidos, articular nuevas y viejas maneras de acercarnos, y fortalecer estas iniciativas hasta consolidarlas como políticas de Estado.

Bibliografía

> Aguilar, Gonzalo (1999), "Televisión y vida privada", en Devoto, Fernando y Marta Madero (dir.): *Historia de la vida privada en la Argentina,* Buenos Aires, Taurus. Tomo 3.

- Bizberge, Ana (2010), *Televisión Digital Terrestre. ¿Cambio de estatuto de la radiodifusión?*, Buenos Aires, Prometeo.
- Ford, Aníbal (1987), "Aproximaciones al tema de federalismo y comunicación", en Landi, Oscar (compilador): *Medios, transformación cultural y política,* Buenos Aires, Legasa.
- García Vargas, Alejandra (2011), "Tiempo, espacio y actores en la construcción de un nuevo espacio audiovisual para Argentina. La experiencia del nodo Jujuy", en *Actas del XIII Congreso Anual de REDCOM,* Tartagal, Red de Carreras de Comunicación Social de Argentina / UNSa – SRT.
- García Vargas, Alejandra (ed.) (2010), *Ciudad. San Salvador de Jujuy como texto,* Jujuy, EDIUNJu/REUN.
- García Vargas, Alejandra, César Arrueta y Marcelo Brunet (2009), "Medios masivos: tramas y complicidades en Jujuy. Una mirada desde la década del 90", en Lagos, Marcelo (compilador), *Jujuy bajo el signo Neoliberal. Política, economía y cultura en la década de los noventa,* San Salvador de Jujuy, EDIUNJU/REUN.
- Greimas, Algirdas Julien y Joseph Courtés (1982 [1979]): *Semiótica: Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos.
- Grossberg, Lawrence (2006), "Does cultural studies have futures? Should it? (or what´s the matter with New York?). Cultural Studies, Contexts and Conjunctures", en *Cultural Studies* Vol 20 (1), pp 1-32.
- Grossberg, Lawrence (2012), *Estudios culturales en tiempo futuro. Cómo es el trabajo intelectual que require el mundo de hoy,* Buenos Aires, Siglo XXI.
- Hall, 1996 [1973], "Coding/decoding", en: *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79,* Londres, Routledge.
- Landi, Oscar (1987), "Medios, procesos culturales y sistema político", en Landi, Oscar (compilador), *Medios, transformación cultural y política,* Buenos Aires, Legasa.
- Marino, Santiago, Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín (2010), "El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina", en Oficios Terrestres N° 25, La Plata, FPyCS/EDULP.
- Mattelart, Michel (2011), "Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales", en Albornoz, Luis: *Poder y medios de comunicación,* Buenos Aires, Paidós.
- Mestman, Mariano (2013), "Las masas en la era del testimonio. Notas sobre el cine del 68 en América Latina", en Mestman, Mariano y Mirta Varela (coord), *Masas, pueblo, multitud en cine y televisión,* Buenos Aires, EUDEBA, pp.179-215.
- Ogando, Ariel (2004), "Wayruro Comunicación Popular", en Vinelli, Natalia y Carlos Rodríguez Esperón (compiladores), *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.* Buenos Aires, Ediciones Continente.
- Rincón, Omar (2006), *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento,* Barcelona, GEDISA.
- Rose, Gillian (1995), "Place and identity: a sense of place", en Massey, Doreen y Pat Jess, (ed.) (1995): *A place in the World? Places, culture and Globalizaton,* Oxford, Oxford University Press / Open University.

> Segato, Rita (2007), "El vacío y su frontera: la búsqueda del otro lado en dos textos argentinos", en *La Nación y sus Otros. Raza, etnicidad y diversidad relitiosa en tiempos de Políticas de la Identidad,* Buenos Aires, Prometeo.

> Slack, Jennifer Daryl (1996), "The theory and method of articulation in cultural studies", en Morley, David y Chen Kuan-Hsing Chen (eds.): *Stuart Hall. Critical Dialogues in Cultural Studies,* Londres, Routledge.

> Terbeck, Erica (2007), "Notas sobre la circulación del documental militante en la Ciiudad de Buenos Aires desde la década del ´90", en Sel, Susana (comp.), *Cine y fotografía como intervención política,* Buenos Aires, Prometeo.

> UBACYT S-104 (2009), "Catálogo de colectivos, grupos y realizadores de documentales y audiovisuales de intervención política (1990-2006)", en Sel, Susana (comp.), *Cine y fotografía como intervención política,* Buenos Aires, Prometeo.

> Verón, Eliseo (1996), *La semiosis social*, Buenos Aires, Gedisa.

> Vila, Pablo (1997), "Hacia una reconsideración de la Antropología visual como metodología de investigación social", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas,* época II, Vol. III, N° 6. Colima, diciembre.

> Webster, Frank y Kevin Robins (1986), *Information technology: a luddite analysis,* Norwood, Abblex.

> Williams, Raymond (1997), *Marxismo y Literatura,* Barcelona, Península.

La lectura como contenido de la Televisión Digital Abierta

Por Mónica Rubalcaba

Presentación

En el proyecto de investigación[1] en el cual se inserta este trabajo, una de las hipótesis es que la sanción de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina, que "fija cuotas de pantalla para contenidos educativos y para la producción nacional y establece que los contenidos de 'interés público' sean transmitidos de manera gratuita por televisión abierta", implica una nueva organización de la oferta de contenidos.

Nuestra mirada particular en este proyecto se centra en revisar qué aspectos vinculados a esta oferta pueden ser vinculados a políticas educativas en torno a la lectura. Esta investigación señala la necesidad de articulación de políticas públicas de diversos tenores y campos, con el fin de sostener la importancia de toda política educativa que visibilice y canalice nuevos modos de acercamiento a la lectura como bien y herramienta indispensable para la construcción de la ciudadanía, la cohesión social, las identidades comunitarias, la construcción de las subjetividades, entre otros aspectos vinculados a la lectura, para lo cual es necesario generar nuevos contenidos (Carboni y Labate, 2011).

Nos ocupamos de programas de la televisión digital abierta (en adelante, TDA), excluyendo campañas y spots publicitarios, indagando la temática de los contenidos de la TDA vinculables a la lectura mediante el análisis y relevamiento de producciones audiovisuales para la formulación de categorías de análisis.

[1] Proyecto de investigación: *Contenidos audiovisuales digitales en el contexto de los nuevos servicios de comunicación audiovisual. Políticas, actores y narrativas. Período 2010/2011.* Universidad Nacional de Quilmes. Director: Daniel González.

Pensar el problema en "categorías"

En nuestro trabajo, la interpretación problematizadora y crítica de las políticas comunicacionales se focaliza en la producción de contenidos en relación *con la difusión, promoción y enseñanza de la lectura*; así también en *revisar las concepciones sobre la lectura que atraviesan dichos contenidos,* tanto en sus narrativas como en las estrategias que utilizan, y en las audiencias para los cuales son pensados.

El *Plan Nacional de Lectura* presentado en el año 2005 proponía abordar algunas concepciones sobre la lectura presentes en diversas políticas públicas partiendo de una

> concepción teórica, política y práctica de la lectura [para cuestionar] aquellos discursos sociales que ponen el acento en la pérdida del hábito de la lectura, en los déficit de comprensión, en los bajos resultados de los operativos de evaluación, o en la emergencia de los medios de comunicación y la cultura de la imagen como "enemigos de la lectura".

Del mismo modo, se proponía revisar concepciones didácticas sobre la lectura que la relegaban a una mirada de práctica exclusivamente cognitiva, para considerarla más bien, "una práctica social históricamente construida".

Para esto es necesario abordar los diversos escenarios en los que se producen las prácticas de lectura, y cómo cada comunidad se apropia de los significados, usos y sentidos de la cultura escrita. En esta investigación, el escenario privilegiado de la TDA supone mirar las particularidades de su producción y contexto.

Por otra parte, esta mirada sobre la lectura intenta alejarse de "perspectivas que parten de significados preestablecidos, considerados legítimos, y que ignoran la riqueza de la producción de los sujetos y de los grupos de distintas comunidades lectoras" (PNL, 2005).

Datos que permiten pensar la lectura como contenido de la TDA

Una mirada sobre los contenidos televisivos presentados en el *Informe anual* de AFSA 2011[2] nos permite relevar que aquellos contenidos categorizados como "Infan-

[2]Dirección Nacional de Supervisión y Evaluación de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (2012). *Informe Anual sobre Contenidos de la Televisión Abierta Argentina (Origen de la Producción – Tipo de Programación – Estructura de Propiedad), Año 2011.* La nueva se propuso ampliar los contenidos televisivos tanto en más señales cuanto en mayor diversidad de contenidos. Para poder constatar esta necesaria diversidad, el Estado propone la revisión por medio de informes trimestrales y anuales de los avances en la aplicación de la Ley.

tiles" y como "Educativos/culturales" aparecen escasamente en la programación, y han fluctuado en su crecimiento y decrecimiento. Define el Informe en su "Glosario":

> *Programa infantil:* es un producto audiovisual específicamente destinado a ser emitido por radio o televisión creado para y dirigido a niños y niñas, generado a partir de elementos estilísticos, retóricos y enunciativos de cualquier género o cruce de géneros que deben estar atravesados por condicionantes, limitaciones y características propias que apelan y entienden a la niñez como un estatus especial y diferente a otras audiencias. *Programas educativos y divulgación cultural:* los programas educativos son aquellos cuyo diseño y estructura han sido concebidos y realizados en forma didáctica, dentro de un sistema educativo formal o no formal. El carácter de programa educativo está dado mucho más por sus contenidos que por la forma en que los mismos se presentan. Deben apuntalar a contribuir a la formación de las audiencias fomentando el pensamiento crítico. En relación a la categoría de divulgación cultural inscribimos aquellos programas que no tienen una intencionalidad definidamente pedagógica pero cuyo objeto es dar a conocer a públicos amplios temáticas científicas o estéticas. Caben en esta categoría los programas sobre libros, sobre artes plásticas o sobre ciencia, así como también los que refieren a comunidades.

Por otra parte, se releva que la producción de contenidos Educativos/culturales ha quedado reservada para las señales estatales y está totalmente ausente de las señales privadas[3].

En datos cuantitativos, los canales de gestión privada del AMBA (área metropolitana Buenos Aires), a saber, Canales 2, 9, 11 y 13, ofrecen muy escasamente programas vinculados a la categoría "Educativos/culturales", mientras que aquellos de la categoría "Infantiles" han crecido del 5% al 11-13% a lo largo del año:

> Tal como se observa, los programas educativos/divulgación cultural no llegan al 1% por tener un espacio muy reducido en la TV privada. En ese mismo sentido, los documentales son prácticamente inexistentes en la TV comercial. (...) *Un tema a destacar es como los canales han debido aumentar notablemente el espacio destinado a la programación infantil a fin de adecuarse a la nueva normativa*[4].

[3]Todos los datos refieren a 2011 – primera parte del 2012.

[4]El destacado aparece en el Informe.

Un dato llamativo es el del Canal 7- TV Pública, de gestión estatal. Por un lado, se observa la merma en programas de los llamados de "Variedades" (fluctuante entre 17% y 8%) mientras mantiene relativamente constante aunque con tendencia decreciente los contenidos de la programación educativa/cultural (entre el 14% y el 9% como extremos de la variable). Por otro, aparece una baja notoria en los programas categorizados como "Infantiles" (fluctuante entre 9% y 3% como extremos de la variable a lo largo del año). Sin embargo, los programas educativos/culturales siguen siendo parte exclusiva de la programación estatal y excluida casi totalmente de los canales privados de la televisión abierta.

Un abordaje interesante para la interpretación ajustada de estos datos, en relación con el tema que nos ocupa –las políticas de lectura- es qué programas efectivamente aparecen en la grilla en el rubro "Infantiles". Ellos son básicamente programas de entretenimiento para niños y jóvenes. En la señal estatal, sólo escasa pero predominantemente, los contenidos están relacionados con lo informativo o formativo:

- Canal 7: *Caja Rodante, Mil manos, Animanía*, más una hora de repetición de *PakaPaka*.
- Canal 13: *Panam Corazón, Piñón Fijo, El Zorro*.
- Telefé: *Z TV* (marionetas y dibujos animados), *Floricienta*, oferta ocasional de series como *El Chavo*.
- América 2: *Illusion Park*.
- Canal 9: repetición de una hora de programación de Paka Paka.

Ocasionalmente y para todos los canales, películas dirigidas al público infantil.

El dato más contundente en relación con políticas de promoción de la lectura y haciendo una focalización en la lectura literaria, es que los programas que abordan directa o indirectamente la temática son escasos y aparecen casi exclusivamente no en el rubro "Infantiles" sino en "Educativos/culturales" que, como se ha dicho, solo son parte de la grilla de los canales estatales (Canal 7 "La televisión pública", Canal Encuentro –del Ministerio de Educación de la Nación- y PakaPaka).

De todos modos, más allá de lo cuantitativo, los contenidos presentes en los programas existentes son de gran atractivo visual y de riqueza estética (en su producción, por ejemplo, participan reconocidos ilustradores como Isol, Poly Bernatene, Itsvanch, etc.) además de proponer la recuperación de relatos e historias no solo "de los libros" sino de la tradición oral.

Dentro de los contenidos educativos/culturales, los programas pueden ser reunidos a su vez dentro de las categorías que proponemos aquí:

- 1. Voz/ presencia de los escritores hablando de su obra
- 2. Escenas de lectura
- 3. Cuentos "animados"
- 4. Propuestas para docentes y padres de pequeños o jóvenes lectores
- 5. Escenas escolares/participación de jóvenes o niños en actividades culturales.

Los programas con estas características son[5]:

Tabla 1. Contenidos educativos/culturales en Canal 7, Encuentro y PakaPaka

CANAL 7 LA TELEVISIÓN PÚBLICA TV Pública Digital	ENCUENTRO	PAKAPAKA
- Caminos de tiza. Mirta Goldberg (4) - El refugio de la cultura. Osvaldo Quiroga (1) - Los siete locos. Cristina Mucci (1)	- Alegría y dignidad (5) - Conectad@s (5) - Continuará III – Juan Sasturain (1) (2) - Cuentos para no dormirse (3) - Entrevistas (1) - Escritores en primera persona (1) - Jardines (5) - Escuelas argentinas (5) - Había una vez (4) (1) ((2) - Horizontes - Lengua (4) - La palabra (1) (2) - Mujeres: artes y letras (1) - Mundo Bayer (1)	- Biblioteca infinita (1) (2) - Calibroscopio Cuentos del sillón (2) (3) - Cuentos muy muy exagerados (3) - El libro de la selva (3)
Total programas: 3	**Total programas: 13**	**Total programas: 4**

Fuente: elaboración propia.

Si analizamos por las categorías en las que pueden ser reunidos los programas, tal como fue indicado con el número entre paréntesis, obtenemos[6]:

[5]Entre paréntesis se le asigna la categoría en la que se incluyen.

[6]Los programas destacados en cursiva dentro del cuadro son aquellos recurrentes en varias categorías, pero en particular en aquellas más valoradas en los análisis que aparecen a continuación del cuadro. El destacado es solo a los fines de mayor visibilización.

Tabla 2. Contenidos educativos/culturales en Canal 7, Encuentro y PakaPaka, por categorías de análisis

1. VOZ/ PRESENCIA DE LOS ESCRITORES HABLANDO DE SU OBRA	2. ESCENAS DE LECTURA	3. CUENTOS "ANIMADOS"	4. PROPUESTAS PARA DOCENTES Y PADRES DE PEQUEÑOS O JÓVENES LECTORES	5. ESCENAS ESCOLARES / PARTICIPACIÓN DE JÓVENES O NIÑOS EN ACTIVIDADES CULTURALES
- El refugio de la cultura - Los siete locos - Continuará - Entrevistas - Escritores en primera persona - Había una vez - La palabra - Mujeres: artes y letras - Mundo Bayer - Biblioteca infinita	- Continuará - Había una vez - La palabra - Biblioteca infinita - Calibroscopio	- Cuentos para no dormirse - Calibroscopio - Cuentos muy muy exagerados - El libro de la selva	- Caminos de tiza - Había una vez - Horizontes Lengua	-Alegría y dignidad -Conectad@s -Jardines -Escuelas argentinas
Total programas: 10	**Total programas: 5**	**Total programas: 4**	**Total programas: 3**	**Total programas: 4**

Fuente: elaboración propia.

De entre todas estas categorías, solo algunas de ellas pueden ser consideradas apropiadas para la promoción de la lectura, aunque sí pueden ser relevadas todas ellas como difusoras de esta temática. Desde distintos estudios (Colomer, 2005; Petit, 1999; Montes, 1999) se afirma la eficacia de la escena de lectura compartida y la presencia de mediadores para el desarrollo de las prácticas lectoras. Entre las categorías anteriores, entonces, la mera presentación de escenas escolares donde hay niños leyendo, o la presentación de emprendimientos donde la lectura es parte del desarrollo infantil o juvenil (categoría 5) sería insuficiente para promover tales prácticas.

Por otra parte, sí ha sido probado el entusiasmo que despierta la voz o la presencia del escritor para quien se dispone a conocer una obra (categoría 1). Las escenas de lectura –dirigidas a un público presente en la escena televisada o bien dirigido al televidente/oyente/lector (categoría 2) serían muy propicias para la promoción lectora, así como la presentación con diferentes formatos y géneros de textos literarios de todas las épocas y variados autores (categoría 3).

Por último, en vista de los deseables propósitos educativos presentes en las políticas de lectura, son de alto impacto los programas dirigidos a docentes y padres, formadores de nuevos lectores (categoría 4).

La lectura en el centro de la escena

Tal como se analiza en *Una región de lectores. Análisis comparado de planes nacionales de lectura en Iberoamérica* (2005), el estudio realizado por el Cerlalc (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, organismo intergubernamental, bajo el auspicio de la UNESCO), la OEI (Organización de los Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura) e ILÍMITA (Plan Iberoamericano de Lectura), el Plan Nacional de Lectura de la Argentina propone

> ampliar el enfoque cognitivo y lingüístico, que prevaleció durante los años ochenta y noventa, y entender la lectura como una práctica cultural y como una experiencia de alto valor social, cultural e identitario. La propuesta es interpelar a las prácticas cotidianas de lectura en la escuela desde una mirada más amplia que dialogue a la vez con las prácticas culturales y de lectura extraescolares.

Desde este enfoque, se trata de entender la lectura "en un sentido más amplio, en el que conviven los intereses estéticos con los informativos y los formativos" (id.). Esta mirada discute con modelos didácticos sostenidos en concepciones de la lectura como práctica excluyentemente cognitiva, para reconocer en ella "una práctica social históricamente construida" (íd.). Este enfoque, sustentado en el modelo sociocultural de la lectura que encuentra en Roger Chartier a uno de sus máximos exponentes, propone a la lectura como "una forma de encuentro con los otros, una manera de tejer "redes de sociabilidad" entre personas que comparten intereses de lectura y modos particulares de leer" (íd.). Una mirada semejante reubica la imagen del lector solitario, tan propia de algunos discursos sobre la lectura, para recuperar el lugar de las prácticas de la lectura compartida.

En este sentido, las propuestas de contenidos televisivos analizadas en los dos cuadros anteriores –en particular aquellas concurrentes en varias categorías- proponen programas que recogen el modelo sociocultural de la lectura al apuntar a aspectos relevantes para la creación de prácticas lectoras sostenidas. La escena en pantalla y dirigida al público, por ejemplo, de una lectura compartida resulta de enorme eficacia porque reproduce de alguna manera la escena "fundacional" de la lectura mejor y más fuertemente construida y arraigada en la práctica social.

De igual modo, la presencia de los escritores, la reflexión sobre su obra, la voz que "devela" el misterio sobre *quién escribe*, así como la traducción a múltiples lenguajes audiovisuales de los mejores textos del acervo cultural compartido (cuentos animados), son contenidos presentes (si bien escasamente) y deseables en el desarrollo de la TDA según las pautas propuestas por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Los canales estatales, casi exclusivamente productores de estos contenidos, revelan un acuerdo con las políticas nacionales sobre la lectura, aunque es de esperar que su presencia y desarrollo en la TDA sea aún mayor.

Es deseable, asimismo, que los emprendimientos privados de TDA incorporen a su oferta contenidos que sostengan el lugar de la lectura como posibilidad de encuentro, de construcción de identidades y de enriquecimiento del acervo cultural de los pueblos que tienen y construyen como audiencia.

Bibliografía

> AFSCA (2011), "Informe Contenidos de La Televisión Abierta Argentina (Origen De La Producción – Tipo De Programación – Estructura de Propiedad) Trimestre Marzo – Abril - Mayo 2011." Disponible en <Http://Www.Comfer.Gov.Ar/Web/Varios/Informes/Informe_tv_abierta_11_marz_a_may11.Pdf> en Línea.

> AFSCA (2011), "Informe Anual Sobre Contenidos de La Televisión Abierta Argentina (Origen De La Producción – Tipo De Programación – Estructura de Propiedad) Año 2011". Disponoble En <Http://Www.Comfer.Gov.Ar/Web/Blog/Wp-Content/Uploads/2012/04/Informe-Tv-Abierta_anual2011.Pdf>.

> Carboni, Ornela Y Labate, Cecilia (2011), "Políticas Públicas Para La Producción De Contenidos En La Televisión Digital Terrestre De Argentina". Ponencia Presentada En *Red Nacional De Investigadores En Comunicación*, Xv Jornadas Nacionales De Investigadores En Comunicación. Recorridos De Comunicación Y Cultura. Repensando Prácticas Y Procesos, Facultad De Ciencias Humanas, Universidad Nacional De Rio Cuarto. Disponible En <Http://Www.Redcomunicacion.Org/Memorias/Pdf/2011Orponencia_red_2011_unq_-_Carboni-Labate.Pdf > .

> Cerlalc, Ilimita, Oei (2005), "Una Región De Lectores. Análisis Comparado De Planes Nacionales De Lectura En Iberoamérica".

> Colomer, Teresa (2005), *Andar Entre Libros. La Lectura Literaria En La Escuela*, México, Fce.

> Decreto 533/2005. *Programas De Televisión Educativa Y Multimediales*, Presidencia De La Nación. Bs. As., 24 de Mayo De 2005.

> Montes, Graciela (1999), *La Frontera Indómita. En Torno a la Construcción Y Defensa Del Espacio Poético.* México, Fce, 1999.

> Petit, Michéle, (1999), *Nuevos Acercamientos A Los Jóvenes Y La Lectura,* México, Fce.

Encuentro(s) en la ciudad TEC. Política, formatos y protagonistas de la ciencia y la tecnología en la televisión pública digital argentina

Por Vanina Soledad López

Introducción

Este trabajo procura dar cuenta de la propuesta de comunicación pública de las ciencias[1] y la tecnología en los canales *Encuentro*[2] y *TecTv*[3] desde el análisis de contenidos. Aquí se propone analizar las diferencias, hallazgos y continuidades en los ciclos televisivos sobre temáticas científicas en las dos señales televisivas públicas. Para ello se presenta un breve recorrido por la historia de la propuesta científica en televisión pública, además de los resultados del visionado sistematizado. Dos cuestiones son centrales al análisis: por un lado, indagar las nociones de ciencia y comunicación propuestas por los canales, y al mismo tiempo considerar el surgimiento y la recurrencia de productoras especializadas a partir de la demanda de contenidos.

Desde sus inicios la TV argentina ensayó diversas formas de conciliar su plataforma mediática con los fines de las ciencias e intentó ir "alternando el conocimiento científico y la información cotidiana con el entretenimiento" (González, 2004, p. 54). Por primera vez desde 2007, se sostiene ininterrumpidamente una política pública de producción local de contenidos en televisión abierta.

[1]Son considerados para el análisis de este capíutlos los ciclos televisivos etiquetados como "ciencia", "científico" y "ciencias naturales" en la web del cana *Encuentro*. Estas etiquetas incluyen diversos enfoques transdiciplinares; matemáticas, biología, química, física, neurociencia, nanotecnología, ingenierías (civil, agrónoma), etcétera. A lo largo de los años estas etiquetas han variado pero se mantienen para un conjunto de actividades que mayoritariamente excluyen las ciencias sociales. En tales casos el canal opta por otras categorías como historia, biografía, educación, etc.

[2]Canal *Encuentro* <http://www.encuentro.gob.ar/>, consultado en junio 2013.

[3]Canal TECTv <http://www.tectv.gob.ar/>, consultado en junio 2013.

De los encuentros entre televisión y ciencia son antecedentes los programas de preguntas y respuestas, con el nombre de sus auspiciantes en los títulos desde mitad de 1950, las columnas médicas en los magazines y programas para la mujer y las teleclases. *La aventura del hombre* continúa siendo hasta el momento el ciclo con mayor impronta en la construcción de un formato de divulgación científica en la TV local[4].

Los documentales de *La aventura del hombre* no fueron los únicos intentos; entre los hitos también se encuentra el ciclo *Ciencia y Conciencia*, ciclo producido por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Nación, emitido en 1987 y 1988. Con el impulso renovador de la democracia, jóvenes directores realizaron producciones que fueron más allá del documental científico y ensayaron sobre formatos poco convencionales y en tratamientos innovadores de temáticas científicas[5].

Sin embargo, no fue hasta 2003, con la primera emisión de *Científicos Industria Argentina*, que la relación entre ciencia y TV en Argentina adquirió mayor continuidad. Partiendo del desafío de realizar un producto de calidad y credibilidad que sea comprensible por el público en general, *Científicos Industria Argentina* tuvo una amplia repercusión entre colegas y aficionados.

[4]En el imaginario de los productores, realizadores e incluso en el de muchos televidentes, el ciclo de documentales *La Aventura del Hombre* aparece como referencia absoluta de la dupla entre ciencia y televisión. Desde 1981 hasta 1999, *La Aventura del Hombre* instauró el género documental para narrar la(s) ciencia(s) y por ella entendió diversas ramas del saber desde las ciencias naturales hasta la geografía y la antropología (con excursiones y documentales sobre el Chaco). Una de las características propias del ciclo era la voz de sus presentadores y locutores. La voz lideraba la narración, guiaba y construía sentido sobre imágenes que ilustraban por segunda vez. Esas voces a cargo de Mario Grasso y Guillermo Magrassi, primero y luego de Ernesto Frith (1981-1995) y Luis Garibotti (1995-1999), fueron luego parodiadas en programas de humor y siguen siéndolo en la actualidad en videos de producción casera posibles de hallar en *YouTube*. El ciclo continúa siendo considerado de éxito, en base a los premios recibidos y la continuidad de emisión durante casi 20 años. Vale recordar que sus emisiones combinaban documentales de producción local con otros de producción extranjera con doblaje también local.

[5]Entre los directores que produjeron emisiones para el ciclo pueden nombrarse a Tristán Bauer, Bebe Kamín y Carlos Sorín. Sobre los hallazgos narrativos vale mencionar la incorporación de la ficción a los documentales científicos. Un caso paradigmático en este sentido fue el falso documental *La era del Ñandú* dirigido por Carlos Sorín con guión de Alan Pauls. La narración se desarrollaba con los tiempos y climas del documental clásico: la voz del locutor era conocida por sus contemporáneos, había testimonios orales, documentos verificados, imágenes de archivo e incluso reconstrucciones ficcionales de algunos de los escándalos. Nuestra educación televisiva como espectadores nos aseguraría que se trataba de una pieza televisiva cotidiana y clásica; por lo tanto confiable, más aún si recordamos el contexto de emisión dentro de un ciclo producido por un organismo científico estatal. Pero a medida que la narración avanzaba nos encontrábamos metidos en una trampa. *La era del Ñandú* no era un documental de ciencia, sino una pieza paródica televisiva que nos invitaba a reflexionar sobre el carácter constructivo de la noticia y el documental televisivo.

El ciclo fue televisado en primera instancia por Canal 7 y posteriormente en televisión privada, para volver al seno de la televisión pública desde su quinta temporada. Al momento de edición de este texto, *Científicos Industria Argentina,* conducido por Adrián Paenza, matemático y periodista, lleva diez temporadas consecutivas alternando entre informes especiales, entrevistas y experimentación en vivo. Con el correr del tiempo se constituyó como la punta de lanza del cambio de paradigma en las narraciones televisivas argentinas sobre ciencias naturales y tecnología[6].

Inicios de una política: Ciclos de Ciencia Naturales y Tecnología en Encuentro

Encuentro es el canal del Ministerio de Educación que emite su señal desde marzo de 2007. En mayo de 2005, el Poder Ejecutivo encomendó al Ministerio de Educación, "la implementación y realización de actividades de producción y emisión de programas de televisión educativa y multimedial destinados a fortalecer y complementar las políticas nacionales de equidad y mejoramiento de la calidad de la educación"[7] (Decreto Presidencial 533/2005). El Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología tomó cuenta de la recomendación y un año después la incorporó a la Ley de Educación Nacional.

En sus inicios *Encuentro* comenzó sus emisiones, y las sostuvo durante los tres primeros años, como una señal de cable, llegando solo a los suscriptores de este servicio y multiplicando su pantalla con franjas de emisión reducidas en Canal 7, que es parte del Sistema de Medios Públicos, y en el Canal 9 que se encuentra privatizado. En los últimos años, *Encuentro* devino en una señal de aire, sin renta y disponible para quienes tengan los medios técnicos de recepción en la televisión digital terrestre. Desde abril de 2010, se inició la digitalización del espectro radiofónico acompañado por la implementación de los planes de conectividad diferenciados en busca de una democratización del consumo televisivo. Los primeros beneficiarios de la política estatal de implementación de la Televisión Digital Terrestre (TDT) fueron los sectores de menores recursos ya que recibieron los conversores necesarios para captar y convertir la señal digital[8].

---

[6]Es importante mencionar la aparición y éxito simultáneo de publicaciones editoriales, suplementos en diarios y la preocupación universitaria por generar espacios de divulgación, así como la formación de profesionales, que dan cuenta del cambio de óptica. Ejemplos claros surgidos en este contexto son la colección *Ciencia que ladra*, nacida en 2005, producto de la iniciativa de los profesionales de la Universidad Cacional de Quilmes y en convenio con la editorial Siglo XXI.

[7]Decreto 533/2005. Programas de televisión educativa y multimediales. Presidencia de la Nación. Bs. As., 24 de mayo de 2005.

[8]Vale señalar que los primeros cuatro años de emisión del canal coincidieron con un cambio en el escenario de la comunicación masiva argentina en el que se destaca en 2009, la sanción de

Se considera al canal *Encuentro* parte del Sistema de Medios Públicos, dado que no se rige por las lógicas de maximización del beneficio y no posee publicidad, dependiendo su financiamiento del Estado Nacional. De este modo, se inscribe en la la televisión pública[9], donde los contenidos son idealmente planificados con alta vigilancia de calidad y respeto por la diversidad.

La llegada de los contenidos científicos al canal fue parte de una política de mejora educativa. En el año 2007, ante el bajo rendimiento de los alumnos en ciencias naturales y matemáticas, el Ministerio de Educación de la Nación reunió una comisión de notables con el fin de realizar un plan estratégico para el mejoramiento de la enseñanza. Entre las recomendaciones elaboradas por la comisión se sugería la institucionalización de las políticas de divulgación científica, desde el fortalecimiento del periodismo científico, la edición de libros de ciencia y la promoción de iniciativas extracurriculares como olimpíadas, ferias, museos, campamentos, laboratorios y clubes de ciencias.

Dentro de esas recomendaciones aparecieron dos que serían de alto impacto en el recientemente creado canal de televisión del Ministerio de Educación. Por un lado estaba la declaración del año 2008 como el año de la enseñanza de las ciencias naturales y por el otro, el incentivo al fomento de la publicidad científica. La Comisión Nacional para el Mejoramiento de la Enseñanza de las Ciencias Naturales y las Matemáticas recomendó: "Realizar una fuerte campaña de publicidad de las ciencias, de sus ventajas, de sus realidades, de sus oportunidades laborales y de la fascinación del

la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522, en remplazo de la Ley de Radiodifusión 22.285 promulgada por la Dictadura. La nueva ley propone un escenario diverso donde además de la administración pública y privada se reserva un tercio del espectro radioeléctrico a privados sin fines de lucro. Desde 2006, con la elección de la norma nipona brasilera, se dio inicio a la digitalización del espectro (Rodríguez Miranda, 2011) y en 2010 comenzaron las emisiones de prueba. Se asistió también a la consolidación del Sistema de Medios Públicos con la creación de dos señales televisivas temáticas y nacionales, *Paka Paka*, señal exclusiva para público infantil, e *INCAA TV*, que transmite filmes argentinos. Más tarde se incorporaría *Tecnópolis TV*. En paralelo desde el estado se dio inicio a diversos planes de financiamiento y promoción a la producción regional de contenidos para televisión. Coyunturalmente, se polarizó la distinción entre medios privados y públicos desde el llamado "conflicto campo-gobierno", resultado del enfrentamiento de las entidades gremiales agropecuarias a la Ley de retenciones en 2008.

[9] "La televisión pública" es el slogan elegido para el Canal 7 desde 2007. Vale recordar que a pesar de ser el único canal no privatizado a fines de los 80, su grilla durante los años 90 generó contenidos en búsqueda de la maximización del rating centrándose, con muy poco éxito, en la disputa por la participación en la distribución de la torta publicitaria. Al mismo tiempo el mote de televisión pública fue el modo administrativo de las televisoras europeas que nacieron y crecieron en el seno estatal frente a la televisión estadounidense que desde sus inicios fue administrada bajo lógicas comerciales.

descubrimiento como modo de vida, mostrando otros aspectos de las ciencias que aquellos arquetípicos" (2007).

Una ciencia "buena" para todos y todas, en Encuentro y TECTv

Desde 2008, *Encuentro* comenzó a producir y emitir programas con contenidos de carácter científico complementarios a las producciones enlatadas que se emitían desde 2007[10]. En tanto respuesta a la estrategia recomendada por la comisión asesora, la propuesta del canal es promotora de un tipo de comunicación "publicitaria" de "la ciencia" en la cual se presenta una noción de ciencia buena *per se*. Esto dificulta el tratamiento de temáticas controversiales capaces de proveer herramientas y conocimientos para la discusión de las agendas de inversión en materia científica.

Las distintas ramas de la ciencia aparecen en los distintos ciclos como motor del desarrollo económico y social del país. Al mismo tiempo, "la ciencia" es entendida como una actividad de tiempo presente orientada al futuro por el progreso técnico y productivo (con pocas miradas al pasado) y con abiertas intenciones de promoción de vocaciones científicas y valoraciones positivas del quehacer científico. Aparece también una clara demarcación del conocimiento científico como bien público, que debe ser socializado y compartido en tanto es mayoritariamente financiada por el erario público[11].

Esta perspectiva sobre la ciencia se reafirma en el canal de Ministerio de Ciencia y Técnica, *TECTv*, que se emite por televisión digital terrestre desde abril de 2012. Desde la web de la señal televisiva puede leerse en sus objetivos su intención de "sumar a la construcción de un nuevo perfil productivo y a convertir a las empresas argentinas en modelos de desarrollo tecnológico gracias al aporte de la ciencia". Es propósito del canal colaborar en la creación de vocaciones científicas y técnicas, generar un "cambio cultural" a partir de "acercar el científico a la sociedad", mos-

[10]Los contenidos enlatados internacionales provienen en su mayoría de la *BBC*, televisión pública británica, y de la *PBS*, televisión pública estadounidense. Los hay también producidos en televisoras latinoamericanas como *Telesur*, pero son los menos. También se compran enlatados nacionales, en su mayoría documentales realizados por fuera del pedido del canal y con anterioridad, que coinciden con el espíritu del mismo. Tales son los casos de los especiales *César Milstein* realizado por Freinquel y *Tocando en el silencio*.

[11]Vale destacar que en la grilla de *Encuentro* aparecen ciclos enlatados que ponen en tensión esta propuesta desde el abordaje de temáticas controversiales y estudios históricos sobre los experimentos y catástrofes científicas. Vale la pena mencionar en este sentido el ciclo *Dentro de la mente*, producido por la *BBC* y con la conducción de Michael Moesley, sobre la historia de la psicología experimental y las neurociencias.

trando que "la ciencia no es un fenómeno complejo y alejado, sino que está presente en nuestra vida cotidiana"[12].

El Ministerio de Ciencia y Tecnología e Innovación Productiva fue creado en 2007 y desde entonces se encuentra bajo la dirección de Lino Barañao. A finales de 2010, el Ministerio presentó la propuesta del canal televisivo propio[13] que posteriormente se sumaría a otros emprendimientos de popularización científica como la feria *Tecnópolis*. En la actualidad, *TECTv* es parte del Plan Nacional de Ciencia y Tecnología e innovación productiva "Argentina 2020" junto a otras políticas como la delimitación de sectores estratégicos de desarrollo, a partir de la creación de áreas prioritarias de investigación e inversión, y el "Programa Raíces", de repatriación de científicos argentinos.

A diferencia de *Encuentro*, que desarrolla contenidos audiovisuales complementarios de los curriculums escolares en nueve áreas diferenciadas[14] y produce programas de interés general, *TECTv* ofrece una propuesta mayoritariamente informativa y de entretenimiento. Mientras que en *Encuentro* las ciencias sociales cuentan con una jerarquía de igualdad frente a las ciencias naturales y la tecnología, dado que ambas tienen participación e importancia[15] similar en la cuota de pantalla, en *TECTv* sólo los ciclos en torno a las ciencias naturales, las matemáticas y la tecnología son considerados representantes de "la ciencia"[16].

[12]Presentación de la propuesta de *TecTv*. Disponble en <http://www.tectv.gob.ar/index.php/archive/307-dias-de-ciencia>, consultado en junio de 2013.

[13]El tráiler del canal fue presentado en octubre de 2010 en el" I Seminario de Periodismo y Comunicación Científica en América Latina", organizado por la OEA y el Mincyt.

[14]Según la clasificación del catálogo de programación de *Encuentro*, los contenidos se dividen en: arte y cultura, ciencias sociales, ciencia y tecnología, deporte, educación y trabajo, historia, infancia, juventud y sociedad. Disponible en < http://catalogo.encuentro.gob.ar/catalogo/>, consultado en junio 2013.

[15]En el juego caricaturesco sobre los roles de las ciencias, desde agosto de 2013, el canal *Encuentro* produce para la feria *Tecnópolis* una obra teatral titulada *Diego vs. Darío. Una batalla por el conocimiento* en la cual dos conductores estrellas del canal referentes de la ciencias naturales y la filosofía se enfrentan en torno a temáticas controversiales como son la base del conocimiento y las emociones. De un lado del ring se encuentra Diego Golombek, Dr. en biología y conductor de *Proyecto G*, y del otro, Darío Sztajnszrajber, filósofo y conductor del ciclo sobre filosofía *Mentira la Verdad*. Independientemente de los apodos asignados a los conductores, donde la empírea queda del lado de la biología y el "chamuyo" de la filosofía, la obra tiende hacia el final a una reconciliación entre los contrincantes a partir del acuerdo en "que la única verdad es que la verdad no existe". Ver <http://tecnopolis.ar/noticiasdetecnopolis/ciencia/diego-vs-dario-una-batalla-por-el-conocimiento/#.UgWB8z83f3U>, consultado en agosto de 2013.

[16]Hay escasas excepciones como las entrevistas a Dora Barrancos, Doctora en Sociología, e Hilda Sábato, Doctora en Historia, en el ciclo *Desde la ciencia*, conducido por Diego Golombek. También el ciclo *Trabajo Práctico final* propone una perspectiva desde la historia de las instituciones científicas.

Desde su página de *Facebook TECTv* es promocionado como el primer canal hispanoparlante dedicado exclusivamente a la popularización y difusión de la ciencia, tecnología e innovación productiva. Sus objetivos son despertar en los jóvenes el interés por las carreras científicos-tecnológicas, fortalecer el espíritu emprendedor y popularizar la ciencia, la tecnología y la innovación productiva. Desde diferentes estrategias narrativas busca familiarizar al público general con conceptos científicos[17].

Las propuestas televisivas de *Encuentro* y *TECTv* pueden ser consideradas como parte de la visión dominante de la ciencia que entiende su comunicación como un proceso de dos pasos. Stephen Hilgartner (1990) revela que según esta visión, en una primera instancia los científicos desarrollan los conocimientos que serán divulgados en un segundo momento al público en general. En el medio, los mediadores ofician de intermediarios, traductores y simplificadores del conocimiento. La mayoría de las veces el conocimiento es aquel que fue producido en el primer paso del proceso, validado por el método científico. Esto se observa a partir de la recurrencia de la demostración empírica, como estrategia argumentativa causal, en los programas de ciencia.

Este modelo de dos pasos acarrea una definición de ciencia que se caracteriza por ser pura, genuina, objetiva y certificada. En esta noción de ciencia, el conocimiento científico y sus productores son lo más importante, por lo que colabora con la preservación del sistema científico (instituciones, prácticas y actores) como productor de conocimiento. Los referentes del sistema científico son también ponderados como los autorizados para decir cuándo se trata de apropiaciones adecuadas y cuándo no. El resto (público en general, periodistas y políticos) solo podemos anhelar a un acceso simplificado o devenir parte del grupo productor, lo cual redobla la apuesta por la estimulación de vocaciones científicas.

Para Hilgartner, la visión dominante tiene usos políticos, ya que "provee un repertorio de dispositivos conceptuales y retóricos para explicarles la ciencia a los outsiders, y sus ambigüedades permiten a los expertos individuales manipular los vínculos para lograr sus propósitos estratégicos" (Hilgartner, 1990). De este modo se establece una jerarquía epistémica que pone a los científicos por sobre el público en general pero también sobre los políticos, los periodistas, los historiadores, los sociólogos, etc.

Los términos divulgación, difusión y popularización, son empleados en reiteradas oportunidades en la web de *TECTv*. Desde los estudios de comunicación pública de la ciencia el término "divulgación" fue ampliamente cuestionado por acarrear prejui-

[17]Caracterización disponible en <https://www.facebook.com/TEC.TecnopolisTV/posts/557105234310661>, consultado en junio de 2013.

cios y ser indicativo de una valoración asociada al "modelo de déficit" que postula una relación asimétrica y jerárquica en la producción de conocimiento. Su raíz latina refiere; "decir al vulgo". Similar sucede con "popularización" y con el establecimiento de una estrategia publicitaria. El verbo publicitar es polisémico y puede indicar tanto "hacer público", en tanto poner en común, o la acción de la práctica comunicativa de la publicidad, que se rige por la búsqueda de seducción y manipulación de expectativas en pos de la venta de productos.

Ambas acepciones del verbo publicitar parecieran estar presentes en la propuesta de comunicación pública de *Encuentro* y *TECTv*. Por un lado, pueden rastrearse ciclos que socializan el conocimiento histórico de las disputas al interior del campo científico así como otros que promueven una mirada federal de la ciencia y notifican los proyectos y programas de investigación en marcha en distintos puntos del país[18]. Mientras que por el otro lado, se hace promoción publicitaria, en términos de exposición seductora, de la vida de los científicos como un campo ventajoso de trabajo, lleno de oportunidades laborales y de constante fascinación.

Cabe señalar también, que la estrategia publicitaria de *Encuentro* y *TECTv* continúa siendo fiel a la segunda parte de la recomendación de la Comisión Nacional para el Mejoramiento de la Enseñanza de las Ciencias Naturales y las Matemáticas, que proponía señalar "otros aspectos de la ciencia que no sean aquellos arquetípicos". Tanto en el canal del Ministerio de Educación, como en la señal del Ministerio de Ciencia y Tecnología, las propuestas sobre ciencia y vida cotidiana se encuentran entre las líneas rectoras de las narrativas para la comunicación de las ciencias. Al mismo tiempo se multiplicaron los agentes autorizados para hablar de ciencia.

El abanico de voces especializadas y propias del campo científico experimentó una ampliación considerable en los últimos cinco años. Los programas emitidos permitieron evidenciar la participación de sujetos implicados en procesos productivos relativos al conocimiento científico aun cuando estuvieran por fuera de la comuni-

[18]Si bien el desarrollo de las narrativas, formatos y productores asociados se realiza en el siguiente apartado de este trabajo, vale mencionar dos ejemplos referentes a la publicidad en tanto socialización. Por un lado, el ciclo *Territorios de Ciencia*, producido por la Universidad Nacional San Martín (UNSAM), emitido en 2008 con conducción de Diego Hurtado de Mendoza, Dr. en física y director del Centro de Estudios de Historia de la Ciencia y de la Técnica José Babini, de la Escuela de Humanidades de la UNSAM. En la misma línea, es posible mencionar *Trabajo Práctico Final;* una serie de docuficción emitida por *TECTv* en la que una adolescente "descubre" la historia de las instituciones estatales de ciencia y técnica (CONAE, CONEA, CONICET, Instituto Balseiro, etc.) para realizar una monografía escolar. Y por el otro, la serie de micros titulada *Latitud Ciencia*, también emitida en 2008.

dad científica. Además, y esto es señalado como hallazgo y un acierto de la propuesta narrativa de los canales, también aparecieron legos, participantes menores del campo y personajes ficcionales (encarnados por actores de renombre, figuras del espectáculo y periodistas).

De igual modo ocurrió con "los espacios de la ciencia" porque aunque el laboratorio siga siendo un escenario recurrente de los ciclos, aparecieron también los lugares de la vida cotidiana (incluidos aquellos que tienen presencia esporádicas en series de ficción local; como el baño y la cocina). Tanto la dimensión lúdica (desde juegos de cartas hasta los video juegos), como la dimensión práctica de ciertos conocimientos científicos en actividades civiles (como el sufragio) y otras del cotidiano (la mecánica detrás de herramientas simples) aparecieron "develadas" con el estatuto científico correspondiente en diversas producciones de los canales.

Formatos para las ciencias

Desde 2008, primer año en que *Encuentro* emitió programación con contenidos científicos, hasta la actualidad salieron al aire 38 ciclos sobre temáticas científicas. Cuatro ciclos llevan varias temporadas en el aire. *Nuevas Herramientas* y *Horizontes Ciencias Naturales* fueron emitidos por dos temporadas consecutivas, mientras que *Proyecto G* lleva seis temporadas al aire al igual que *Alterados por PI*. Estos dos últimos son los ciclos estrella del canal; incluso sus conductores se encuentran asociados al prestigio de la televisión educativa. Participaron también en otras producciones del canal, además de en *TECTv*.

TECTv lleva poco menos de un año y medio en la televisión digital terrestre, y 22 ciclos emitidos de producción exclusiva, salvo escasas excepciones.

Entre los hallazgos de *Encuentro* y *TECTv*, respecto del tratamiento diferenciado de las ciencias naturales, la tecnología y la innovación productiva, es importante mencionar la ampliación de formatos y la incorporación ampliada de recursos narrativos. Por un lado, la mayoría de las producciones de *Encuentro* y *TECTv* podrían describirse como deudoras de la mirada documental; ya que abundan en el tratamiento pausado y reflexivo de la imagen, las voces *en off* y los testimonios.

Sin embargo, la gran mayoría de las series contienen informes sobre temáticas puntuales que concluyen en cada episodio. En ellas la entrevista, la experimentación, la animación, y los fragmentos ficcionalizados son recurrentes. Son pocos, aunque valiosos, los casos de microprogramas que en fragmentos reducidos de tiempo, de los 3 a 15 minutos, exponen un objeto científico. Entre ellos vale señalar *Latitud Ciencia*

(2009) emitido por *Encuentro*, además de *Micromundos* (2012) y *Científicos en la Antartida* (2013) emitido por *TECTv.*

También hay ciclos exclusivos de entrevistas como *Laboratorios de Ideas* (2009) emitido por *Encuentro* y con conducción de Adrián Paenza, y en *TECTv* podemos mencionar *Desde la Ciencia* (2013) con la conducción de Diego Golombek, *Caminos* (2012) y *Mujeres de la Ciencia* (2012). En los tres casos de series de entrevistas los invitados son científicos adultos y consagrados, mayormente se trata de doctores y especialistas.

Las escenas ficcionalizadas cuentan muchas veces con la participación de actores consagrados, pero en otras son científicos y profesores los que caracterizan personajes de la vida cotidiana. En este sentido cabe señalar a la dupla de conductores amigos formada por Jorge Marino y Eduardo Ibáñez; que exploran la historia de la *Industria Argentina* (2010) desde su experiencia de adultos mayores inquietos y varias veces un poco cascarrabias. El extremo de este arco de posibilidades en recursos puede ser la aparición de *Área 23* (2013) en *TECTv*. Este ciclo de formato ficcional narra la historia de un grupo de investigadores en medicina genética. Sus protagonistas, Carolina Perelitti y Luis Capozzo, están acompañados por un equipo de investigadores e invitados científicos. La serie abunda en situaciones dramáticas.

Por último encontramos dos formatos que parecieran ser opuestos; uno por novedoso y otro porque se lo creía extinto. Me refiero al *reality* científico y a la teleclase. En el *reality* hallamos dos tipos de programas; por un lado, el *reality* documental *Científicos en el Aconcagua* (2010) emitido por canal *Encuentro*; y por el otro, el *reality* testimonial que acompaña a protagonistas recientes en su experiencia eventual como en *Nanotecnólogo por un día* (2012) y *Olimpíadas Matemáticas Ñandú* (2012), ambos emitidos por *TECTv*. En el extremo de este arco aparece la teleclase, un formato olvidado o por lo menos solo recordado a partir de las parodias televisivas. Desde su tercera temporada, *Alterados por Pi*, el ciclo de matemáticas que se emite por canal *Encuentro*, se realiza bajo este formato variando su público que oficia de estudiante año a año.

Productoras y organismos asociados

En el plano de la producción hay diferencias entre *Encuentro* y *TECTv* al momento de asociarse a otros organismos públicos. Hasta el momento, *TECTv* solo emitió ci-

clos propios y en dos ocasiones producciones realizadas por *CONICET Documental*[19]. Mientras que *Encuentro* se caracterizó por emitir producciones de universidades nacionales, UNTREF y UNSAM mayoritariamente, y otros organismos estatales ligados a la educación o la industria, como ser INET, INTI, Ministerio de Industria y el Instituto Balseiro. *TECTv* no cuenta hasta el momento con asociaciones con organizaciones de la sociedad civil, como sí ocurrió en reiteradas oportunidades en *Encuentro*. En este sentido vale señalar el abordaje de temáticas científicas y médicas en relación a organizaciones de la sociedad civil como *Fundación Huésped* y *Abuelas de Plaza de Mayo*.

Los distintos programas de financiamiento público de producciones audiovisuales, como los Polos Audiovisuales y el BACUA, son pistas recientes de una política de consolidación de la producción local. Sin embargo, el proceso de incentivo a las producciones de carácter educativo comenzó con el canal *Encuentro* y su demanda, por licitación y concurso público de contenidos puntuales para cubrir cuotas de pantalla.

Siempre que la financiación provenga desde el Ministerio de Educación, el canal *Encuentro* designará un productor asociado que acompañará el proceso de realización del ciclo. Las productoras pueden también presentar sus proyectos enlatados a los canales y ellos acceder a la compra. Este circuito de relación con las productoras fue generando a lo largo de los años un nicho de producción anteriormente escaso. A pesar de que este nicho continúa siendo minoritario, y prácticamente carece de espacios en la televisión de aire y en la televisión privada, las productoras que comenzaron proveyendo a las señales públicas se aunaron en una cámara y exploran otras posibilidades de financiamiento.

Del total de producciones en temática científica de canal *Encuentro,* 8 ciclos fueron producidos por *El Oso Producciones*[20]. Entre ellos se encuentra los ciclos de éxito *Científicos Industria Argentina* y *Alterados por Pi*, ambos conducidos por el matemático Adrián Paenza. En asociación con ella, la realizadora y productora *La Brújula* también proveyó al canal del Ministerio de Educación de contenidos educativos. Entre ellos el ya mencionado ciclo de éxito *Proyecto G,* que lleva seis temporadas consecutivas al aire. Estas dos productoras han realizado también ciclos para *TECTv*. Entre otros nombres de productoras que se repiten figuran *100 bares*, del reconocido cineasta Juan José Campanella, *Nativa TV* y *Banda Aparte*.

[19] *Conicet Documental* <http://www.conicetdocumental.gob.ar/galerias.html>, consultado en junio 2013.

[20] *El oso producciones*, Catálogo <http://www.elosoproducciones.com.ar/archivo.php>, consultado en junio 2013.

Desde enero de 2012, las productoras *100 Bares, Banda Aparte*, *Bogabogaña*, *Dogout*, *El Perro en la Luna*, *Habitación 1520*, *La Brújula*, *El Oso Producciones*, *Ojos Brujos*, *Magoya films*, *Mulata Films*, *Nativa TV*, *Occidente Producciones*, *Zoek Producciones* y *Zona Audiovisual,* se han asociado en la Cámara Argentina de Productoras Pymes Audiovisuales[21] con el fin de establecer lazos con organismos, asociaciones y sindicatos que regulan y regularán el trabajo audiovisual, relevar las problemáticas comunes y establecer soluciones afines a su nivel de crecimiento.

Para la mitad de las casas productoras aunadas en la cámara los trabajos para organismos públicos representan entre el 50 y el 75% de su facturación. Por lo que encuentran la dificultad al mismo tiempo que asumen el desafío de "extender la base de clientes de las productoras hacia sectores privados, independizándose de a poco de la dependencia de un Estado que es hoy casi el único garante de la continuidad del trabajo" (Web CAPPA). Además de eso, el 87,5% de las productoras no son dueñas de los inmuebles donde desarrollan sus actividades. Estos lugares suelen tener espacios inferiores a 200 m^2.

Consideraciones a modo de cierre

Este capítulo se propuso indagar en torno a la propuesta de comunicación pública de las ciencias y la tecnología en los canales *Encuentro* y *TecTv,* desde el análisis de contenidos; rastreando las diferencias, hallazgos y continuidades en los ciclos televisivos sobre temáticas científicas.

Ambos canales de televisión pública comparten una visión positiva del quehacer científico, en la cual los saberes disciplinares son valorados en tanto aparezcan como motor del desarrollo económico y social del país. El conocimiento científico es demarcado en la doble acepción de lo público. En primer lugar, es entendido como "bien público", que debe ser socializado y compartido, en tanto es mayoritariamente financiada por el erario público. En segundo lugar, como conocimiento que debe ser publicitado, en tanto la "ciencia" aparece como una actividad de tiempo presente orientada al futuro por el progreso técnico y productivo.

Las miradas al pasado se presentan desde los ciclos de historia de la ciencia. Estos relatos se centran en la narración de las historias de las instituciones científicas y en las vidas de grandes personalidades, como aventureros, naturalistas y científicos. Las miradas al

[21] *Cámara Argentina de Productoras Pymes Audiovisuales* <http://www.cappaaudiovisual.com.ar/category/manifiesto/>, consultado en junio 2013.

futuro son recurrentes, especialmente en torno a la promoción de vocaciones científicas y valoraciones positivas del quehacer científico. Son escasas, en las producciones locales, las problematizaciones en tiempo presente de los conflictos y controversias científicas.

Entre los hallazgos narrativos de *Encuentro* y *TECTv*, es importante destacar el tratamiento diferenciado de las ciencias naturales, la tecnología y la innovación productiva; la ampliación de formatos y la incorporación ampliada de recursos (de animación y diseño principalmente). Si bien la mayoría de las producciones podrían describirse como deudoras de la mirada documental, también son validados otros géneros poco tradicionales a la narrativa científica en la televisión argentina, mientras que otros en desuso son actualizados.

Se amplió el espectro de voces autorizadas para "narrar la ciencia" en televisión, aunque las principales y recurrentes siguen siendo las autorizadas por el sistema científico y la educación formal. Sus testimonios cooperan en la promoción y valoraciones positivas de las vocaciones científicas, mientras que dificultan la problematización del campo de trabajo científico en argentina y las discusiones en torno a áreas prioritarias[22].

Si bien es difícil realizar un balance, es importante señalar que a los hallazgos realizados, a las continuidades logradas en diez años de producción continuada de formatos televisivos educativos y de entretenimiento, centrados en temáticas de ciencia y tecnología, se suman un conjunto de desafíos a futuro.

Por un lado, desafíos narrativos en torno al grado de validez de ciertos recursos sobre otros, los problemas implícitos en ciertas formas para ciertos contenidos[23], la posibilidad de sostener en el tiempo las experimentaciones, las posibles apariciones de regularidades y la consagración de algunos recursos sobre otros. Por otro lado, los desafíos de sostén de las producciones a futuro[24]: las asociaciones con instituciones y organismos de la sociedad civil, con privados y otros sectores del Estado.

[22]Tal como fue anteriormente señalado, en los ciclos de entrevistas, los convocados a dar testimonio suelen ser sujetos consagrados y reconocidos en su campo de acción. Los trabajadores y científicos intermedios y los estudiantes en formación tiene pocas apariciones.

[23]Que podrían sintetizarse en la siguiente pregunta, ¿Cuáles son las complejidades aparejadas en la ampliación de estrategias narrativas para narrar la ciencia?

[24] Ejemplo del desafío de sostén económico que enfrentan las productoras que crecieron en torno a este nicho de producciones educativas para la televisión pública, es la aparición de CAPPA, Cámara Argentina de Productoras Pymes Audiovisuales.

Bibliografía

> González, Daniel (2006), "Un nuevo capítulo de la televisión educativa en Argentina", *Revista Trampas* N° 47, La Plata, Buenos Aires.

> Hilgartner, Stephen (1990), "The dominant view of popularization: Conceptual problems, political uses", *Social Studies of Scienc*e, vol. 20, agosto, pp. 519-539.

> Pasquali, Antonio (1990), *Comprender la comunicación* (4ª ed.), Caracas, Venezuela, Monte Avila Latinoamericana.

> (1991), "¿Qué es una radiodifusión de servicio público?", *El Orden Reina*, Monte Avila Ed.

> Kreimer, Pablo (2009), *El científico también es un ser humano,* Buenos Aires, ed. Siglo XXI.

> Rinción, Omar (2005), *Televisión pública: del consumidor al ciudadano,* Buenos Aires, Argentina, La Crujía ediciones.

> (2006), *Narrativas mediáticas, o como se cuenta la sociedad del entretenimiento,* Barcelona, España, Gedisa.

> Rodríguez Miranda, Carla (2011), "TDT, una promesa de entrada a las sociedades de información. Caso Argentina", *Razón y Palabra*, N° 76, México. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N76/varia/3a%20entrega/28_Rodriguez_V76.pdf>

> Vaccarezza, Leonardo (2010), "Percepción pública de la ciencia y la tecnología, cultura científica y comunicación social", *Periodismo y Comunicación Científica en América Latina. Estado actual y desafíos*, Publicación interna del Seminario Interamericano de Periodismo y Comunicación Científica, realizado en la ciudad de Buenos Aires del 13 al 15 de octubre de 2010.

> Vara, Ana María y Hurtado de Mendoza, Diego (2004), "Comunicación pública, historia de la ciencia y "periferia", AA.VV *Certezas y Controversias*, Buenos Aires, Libros del Rojas.

> Vara, Ana María (2010), "Las actitudes del público y la producción de conocimientos: reflexiones en torno a una controversia", *Periodismo y Comunicación Científica en América Latina. Estado actual y desafíos*. Publicación interna del Seminario Interamericano de Periodismo y Comunicación Científica, realizado en la ciudad de Buenos Aires del 13 al 15 de octubre de 2010.

> Wolovelsky, Eduardo (2011), "Narradores una lectura sobre la divulgación y la enseñanza de la ciencia", *Actas Congreso Internacional de Comunicación Pública de la Ciencia*, Córdoba.

> Ministerio de Educación (2007), "Informe Resumen. Comisión Nacional para el Mejoramiento de la enseñanza de las ciencias naturales y la matemática. Disponible en <http://www.me.gov.ar/doc_comision.html>.

CAPÍTULO IV

Las pantallas en la tv digital. Apertura y desafíos

- **Nuevas pantallas para la televisión pública argentina**
  Por Norberto Leonardo Murolo

- **La necesidad de un canal público infantil**
  Por Verónica Fiorito

- **La narrativa informativa de canales estatales en las nuevas tecnologías. Argentina en noticias y Casa Rosada**
  Por Cristian Caraballo

- **Del 16.9 al 4.3: INCAATV y la exhibición del cine argentino**
  Por Lía Gómez y Luciana Aon

- **El conurbano bonaerense y las emisoras de baja potencia. Panorama y desafíos frente la Ley de SCA**
  Por Felipe Real

Nuevas pantallas para la televisión pública argentina

Por Norberto Leonardo Murolo

Introducción

Las nuevas pantallas como espacios donde es posible la circulación de material audiovisual son plataformas con un creciente consumo. De ello que los medios de comunicación tradicionales como la televisión se valgan de estos espacios para dar la posibilidad de ver o volver a ver materiales realizados para la televisión, como también para acrecentar su visibilidad y compartir otras informaciones.

Entre las nuevas pantallas encontramos, de algún modo, a la propia televisión digital, que se posiciona como una nueva vieja pantalla. Las posibilidades de multiplicación y de interactividad la ubican en la línea de los nuevos medios aunque capitalizando los valores del viejo medio, como la proximidad en los hogares y una educación de la mirada casi generalizada en la población por penetración, tradición y costumbre.

El estadio actual de los medios públicos audiovisuales y su presencia en nuevas pantallas tiene anclajes fácticos en decisiones estatales de trascendencia política, social y cultural. Es por eso que, a modo de partida, consideramos ineludible hacer referencia al contexto político-comunicacional. De ello que proponemos repasar medidas como la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la implementación de la Televisión Digital, y adopción de la norma y los planes de fomento a la producción audiovisual.

Este trabajo explora y se presenta como una categorización de la presencia de los medios públicos en nuevas pantallas como páginas Web y redes sociales virtuales -*Facebook*, *Twitter*, *YouTube* y *Flick*. En este recorrido no subrayamos la cantidad de seguidores, amigos o visualizaciones de los espacios y videos ya que no es nuestro interés

evidenciar popularidad o "rating". Asimismo, no es un dato fiable ya que los canales públicos van apareciendo a lo largo de los últimos años y los de más reciente lanzamiento cuentan con menos popularidad en la Web, dada su novedad. Por ello, los números de seguidores, amigos o visualizaciones, cambiantes de modo vertiginoso en la Web, no representaría un índice o un dato necesario y valorado para los fines de este artículo.

Contexto político-comunicacional

- **Ley de servicios de Comunicación Audiovisual**

  La televisión argentina atraviesa por un periodo de transformación. Desde 2003, las implementaciones en materia de comunicación se suceden de manera vertiginosa y contundente. Como piedra angular de este devenir se encuentra la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) 26.522 sancionada el 10 de octubre de 2009, que significa además de una actualización y un cambio en la legislación, un nuevo paradigma a la hora de entender a la comunicación audiovisual como un servicio y un derecho.

  La norma reemplaza a la Ley de Radiodifusión 22.285 de 1980, dictada durante la última dictadura militar. Este dato tiene una doble implicancia: primero, que se trataba de una ley que no era democrática; por otra parte, esta ley estaba obsoleta dados los cambios en el terreno tecnológico y de la comunicación experimentados en los últimos veinticinco años. Es así como mediante foros y jornadas a lo largo y ancho del país se debatió la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. De una indudable raigambre democrática, la ley fue y es resistida por los sectores hegemónicos de los medios de comunicación. La ley promueve entre sus valores la democratización de la comunicación proponiendo una desconcentración de los medios audiovisuales propiciando la entrada como emisores de diversas organizaciones de la sociedad civil, además de la existencia de medios privados y estatales.

  En relación a los servicios digitales, en la LSCA se expresa que durante la transición desde lo analógico a lo digital, los titulares de las licencias para servicios abiertos analógicos, conservarán los derechos y obligaciones obtenidas hasta tanto se produzca el apagón analógico.

- **Implementación de la Televisión Digital y adopción de la norma**

  La implementación de la Televisión Digital está a cargo del Ministerio de Planificación y Desarrollo y cuenta con un Consejo Asesor que es el encargado de realizar las recomendaciones respecto a aspectos técnicos y de contenido para el

desarrollo de las transmisiones. El 15 de marzo de 2010, se promulgó el decreto N° 364/10 complementario del decreto Nº 1148/09 por el cual se creó el SATVD-T, y cuyo fin es declarar de interés público la Plataforma Nacional de Televisión Digital Terrestre, la cual estará integrada por los sistemas de transmisión y recepción de señales digitalizadas. En la citada reglamentación se recomienda el desarrollo de la Plataforma Nacional de TDT a la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales Sociedad Anónima – AR-SAT para implementar el SATVD-T.

Al igual que en los orígenes de la televisión, es el Estado el que tiene la iniciativa de desarrollar el sistema de televisión digital. Este hecho está ligado a que la digitalización del espectro permitirá un uso más eficiente del canal de transmisión a partir de la comprensión de las imágenes en digital.

En este orden de cosas, la implementación de la norma ISDBT de televisión digital significa un gesto político estratégico al optar en bloque la misma norma que otros países de Sudamérica. La norma japonesa, con modificaciones brasileras, propicia una oportunidad única para la circulación de contenidos entre países vecinos. Asimismo, la televisión digital supone la posibilidad de la multiplicación de señales en un mismo ancho de banda y la futura posibilidad de la interactividad.

- **Planes de fomento a la producción audiovisual**

  A la luz de la multiplicación de señales, tienen lugar los planes de fomento a la producción audiovisual, impulsados por el Estado. Dichos planes se instrumentan mediante concursos implementados a través del Consejo Asesor, el Instituto Nacional de Cine y arte Audiovisuales (INCAA), el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN). Estos certámenes son destinados de manera federal a productores con y sin antecedentes en la producción audiovisual propiciando la formación de recursos humanos para la creación de material audiovisual. Desde estos planes, se produjeron 400 obras audiovisuales fomentadas por el estado, 1126 horas de contenido audiovisual, 5 mil nuevos empleos, 480 horas programadas ya emitidas y 5 millones de pesos invertidos en nuevo equipamiento tecnológico[1]. Asimismo, se plantea la posibilidad de producción audiovisual mediante el *Programa Polos Audiovisuales*[2].

[1]Sitio Web de Fomento para la Televisión Digital Argentina <http://fomento.tda.gob.ar/>, consulado en junio de 2013.

[2]El *Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos* es una de las políticas llevadas a cabo por el Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital Abierta que opera en la orbita del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Publica y Servicios. Desde allí, se busca instalar y fortalecer las

Sobre la televisión y sus tecnologías

A la hora de conceptualizar a la televisión, Raymond Williams (2011) propone como variables imprescindibles, a los usos sociales, las instituciones que la regulan, las formas de sus contenidos, la distribución y el flujo, los efectos y los usos alternativos. En este sentido, Williams (2011) se distancia categóricamente del determinismo tecnológico al que encuentra bajo dos formas, el determinismo tecnológico que propone que las tecnologías vinieron a nuestro mundo a alterarlo, y la postura "tecnología sintomática". La sagacidad de Williams (2011) es tal que sus postulados para la televisión, como un desarrollo científico y técnico, pueden ser empleados para comprender fanatismos tecnológicos de principios de nuevo milenio.

La televisión en ese momento como Internet, la telefonía móvil y el videojuego en la actualidad (las constantes "nuevas tecnologías") abren nuevamente el debate acerca de su rol en la sociedad y la capacidad de agencia de los sujetos ante estos aparatos omniscientes, en primera instancia vistos como regulados y prescriptivos.

La televisión no es un objeto ajeno a los acontecimientos políticos y sociales de un país. La televisión como desarrollo tecnológico determina y es sobredeterminada por el devenir cultural, los usos y apropiaciones; en definitiva, por los rituales que alrededor de ella se construyen. La televisión participa de una serie de condicionamientos como la propiedad de los medios, las instituciones que la regulan, la agenda, las audiencias y los modos de ser apropiada. En este marco, el electrodoméstico inteligente tiene su relevancia en ser transmisor de símbolos y de ello, ideología, educación, comunicación, información y entretenimiento. En este sentido, la televisión ocupa un rol privilegiado en la planificación de políticas públicas.

La primera gran nueva pantalla es la televisión digital. La televisión es una vieja pantalla en esta antinomia, pero la digitalización supone nuevos modos de relacionarse, nuevas posibilidades de producción, circulación y decodificación (interactividad, por ejemplo). Las nuevas pantallas como Internet, las narraciones al estilo *YouTube* o *Vimeo*, las redes sociales virtuales, los blogs, la telefonía móvil, la animación y los videojuegos,

capacidades para la producción nacional de contenidos para la TV Digital, promoviendo la igualdad de oportunidades y la disminución de asimetrías entre provincias y regiones, materializando así el artículo 153 de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, que expresa la necesidad de crear nuevos conglomerados productivos para la promoción y defensa de la industria audiovisual nacional. A partir de la división del país en nueve regiones (Polos), se constituye un sistema federal en red donde las Universidades Nacionales nuclean a los actores del sector audiovisual televisivo de cada comunidad para conformar Nodos. Ver <http://www.tda.gob.ar/contenidos/programa_polos_audiovisuales.html>, consulado en junio de 2013.

participan de un cambio epocal y podríamos decir que también identitario en cuanto el nacimiento y la reconfiguración de nuevos modos de realizar audiovisual. De esto que proponemos visualizar cuáles y cómo estos espacios y elementos son empleados por la televisión pública argentina para construir una identidad reelaborada con los elementos tecnológicos con mayor apropiación social en la actualidad.

Pensar las nuevas pantallas

El concepto de nuevas pantallas se refiere principalmente a computadoras y teléfonos celulares en un uso de consumo de formatos audiovisuales. El concepto parte de tomarlos como continuidad, o competencia, del cine y de la televisión. En este sentido, el uso se percibe principalmente en la aparición de nuevos formatos específicamente construidos para nuevas pantallas. Por su parte, algunos formatos televisivos se valen de estas para difundirse, mientras que otros, sin buscarlo, ven potenciada su popularidad gracias a las reproducciones en Internet. En este caso nos interesa ver de qué modos la televisión pública emplea estos espacios digitales.

Las nuevas pantallas son tecnologías de la comunicación digitales que proponen como bondad poder reproducir lenguaje audiovisual, antes circulante en otras pantallas como el cine, la televisión y el video. En diferentes usos de las tecnologías tales como la descarga y la visualización de contenido audiovisual, en las cámaras fotográficas y los posteos de fotografías, en la edición de fotografías y videos, se presentan las nuevas pantallas como tecnologías con identidad propia, es decir proponiendo usos, narrativas y sintaxis específicas. Con las nuevas pantallas se realizan usos novedosos que con las viejas pantallas no se pueden realizar. Las nuevas pantallas tienen conectividad y con eso un uso a la carta en el momento y en el lugar donde se desee. Asimismo, si bien algunos contenidos migraron de viejas pantallas, el concepto de nuevas pantallas también engloba al contenido específico creado para estas.

En los usos de descargar, compartir y visualizar material audiovisual, discos, software, imágenes y videojuegos como en el uso de redes sociales virtuales, los blogs, los chats y los foros suponen un uso de las tecnologías como la definición de "nuevas pantallas" que proponemos, tomando en protagonismo a la imagen.

Mapa de la televisión pública en las nuevas pantallas

- **Televisión Digital Argentina**

  La *Televisión Digital Argentina* (*TDA*) engloba a todos los canales digitales. Este espacio cuenta con una página Web, perfil de *Facebook*, cuenta en *Twitter*, canal

de *YouTube* y galería de imágenes en *Flickr*. En esta página se encuentra información acerca de la implementación, la norma y la cobertura. Fundamentalmente está dirigida al usuario, por ello se puede encontrar en la página una revista de programación.

La televisión pública argentina se propone encabezar las innovaciones. Mientras los canales privados se digitalizan, el paquete de canales públicos se va multiplicando. Al *canal 7* de televisión de aire o generalista, ahora llamado *La Televisión Pública*, se le suman el *Canal Encuentro*, *PakaPaka* -el primer canal infantil público de América Latina- y *DeporTV* los tres bajo las directivas del Ministerio de Educación de la Nación; *INCAA TV*, el canal del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales; *Tecnópolis TV*, dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología, entre otros como *ACUA Mayor*, un espacio audiovisual donde los protagonistas son los adultos mayores y que se encuentra en período de prueba.

- **La Televisión Pública**

  El *Canal 7* de la televisión argentina nació el 17 de octubre de 1951, por voluntad del gobierno de Juan Domingo Perón. Hasta finales de los años 50 fue el único canal de televisión de aire argentino. Luego, con la licitación de *canal 9*, *canal 11* y *canal 13* (posteriormente se sumaría *canal 2* de La Plata) se posicionó generalmente como una emisora con poco encendido, dado que los canales comerciales proponían mayor producción de contenidos en cuanto de entretenimiento se tratara. Las diversas gestiones del canal público fueron manipulando la emisora para transformarla en un canal de gobierno más que una emisora pública. Si entendemos que lo público en un medio público debería estribar en informar de manera completa, tratar temáticas relevantes a la ciudadanía, proveer contenidos que reflejen las identidades y la cultura nacionales con un profundo sentido federal, difundir las artes nacionales, publicitar los actos de gobierno, promover el debate político, podemos ver estas características en la actual televisión publica, que como canal de aire generalista atiende a su vez a una diversidad de grilla que comprenden las emisiones infantiles, informativas, ficcionales, de debate político, deportivas, entre otros géneros. En este caso nos ocupa visualizar las nuevas pantallas que emplea la televisión pública para su construcción como medio público.

  Entre los recursos que emplea la *Televisión Pública* se encuentra la página Web, perfil en *Facebook*, cuenta en *Twitter*, canal en *YouTube*. En cuanto su página Web podemos visualizar que cuenta con la grilla de programación, informaciones

específicas de cada envío, información institucional, información de prensa, posibilidad de contacto con la emisora. Además, el empleo para material audiovisual es posible ver el canal en vivo y se hace presente en la *Mediateca*, donde se encuentra un archivo con los programas para ser vistos. Asimismo, existen enlaces que envían a los perfiles de la emisora en redes sociales virtuales externas. Tanto *Facebook*, como *Twitter* se emplean de modo promocional. Es decir, remiten a contenidos que emitirá la programación del canal. Por su parte, en el canal en *YouTube* se reproduce contenido relevante ya emitido.

- **Encuentro**

  El canal *Encuentro* nació en 2005 dependiendo del Ministerio de Educación de la Nación. Sus contenidos son de temática educativa en el sentido amplio del término, no pretenden ser clases en formato audiovisual, sino que el aprendizaje que pretende producir lo brinda en diversos formatos como el documental, la serie de ficción, las entrevistas, entre otros.

  Las temáticas intentan abarcar un amplio abanico de intereses. *Encuentro* se presenta entonces en el escenario mediático como un canal temático, pero a la vez con una amplia gama de audiencias. De hecho, no es solamente para jóvenes en edad escolar, sino que tampoco es una emisora elitista que entienda la "cultura" en un sentido restringido entre alta y baja, proponiendo construcciones comunicacionales complejas para una audiencia considerada "culta".

  Al digitalizarse la televisión, canal *Encuentro* junto con la *Televisión Pública* eran los únicos canales públicos. *Encuentro* cuenta con una página Web, perfil en *Facebook*, cuenta en *Twitter*, canal en *YouTube*. Estos sitios ofician para promoción de la programación. Asimismo, su programación puede descargarse en la página web *Conectate*.

- **PakaPaka**

  PakaPaka puede ser postulado como el primer canal de televisión argentino que también es página Web. Su propuesta no es la misma que los demás canales que también cuentan con una página on line para chequear su programación o informarse acera de la emisora. *PakaPaka* despliega toda una serie de entretenimientos y contenidos específicos para la página Web, con plena conciencia de que se trata de una narrativa con identidad propia.

PakaPaka es entonces una nueva pantalla en el sentido amplio del término. Esta autoconciencia se debe a la consideración específica de su audiencia. Los niños y jóvenes son comprendidos como los mayores usuarios de las tecnologías de la comunicación ya que emplean de manera aleatoria la televisión, Internet, el videojuego, los programas de creación y edición de lenguajes, el chat y consultan información de manera instantánea. De ello que *PakaPaka* no solo haga propuestas televisivas con pretensión de interactividad, atendiendo a un decodificador activo, sino que también en su página Web despliega una serie de actividades interactivas. Asimismo, con fines de difusión cuenta con perfil en *Facebook* y canal de *YouTube.*

- **Tecnópolis TV**

  Para explicar el proyecto *Tecnópolis* debemos remitirnos a la creación del Ministerio de Ciencia y Tecnología, como política de Estado que otorga un espacio de relevancia a la investigación científica y el desarrollo tecnológico. En este sentido, nació el 14 de julio de 2011 la muestra de ciencia, tecnología, industria y arte llamada *Tecnópolis*. Una ciudad a escala donde se exponen, de manera atractiva, innovaciones en el ámbito de la ciencia, tecnología, juegos de realidad aumentada, curiosidades, entre otras actividades[3]. Este espacio de entrada libre y gratuita fue visitado por cientos de miles de personas.

  En el marco de la mega muestra, el 19 de abril de 2012 se lanzó el canal televisivo digital *Tecnópolis TV*, dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación. En su programación se encuentran envíos que tratan temáticas científicas, ficciones, series animadas, noticieros, y también programas de entretenimientos. El canal se propone generar nuevas vocaciones científicas en los jóvenes. *Tecnópolis TV* cuenta con una página Web, perfil en *Facebook*, cuenta en *Twitter*, canal en *YouTube*.

  El diario *La Nación* señala que "La pantalla de TEC-*Tecnópolis TV* se complementará con su Web, que vinculará las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Tic's), y la página en Internet será un espacio en el que los usuarios podrán enterarse de las novedades científicas y tecnológicas" (La Nación, 19 de abril de 2012). Por su parte, los usos de las redes sociales virtuales ofician como canales de difusión de los contenidos del canal.

[3]La muestra Tecnópolis se encuentra emplazada en el Parque del Bicentenario, en el barrio de Villa Martelli, municipio de Vicente López, en el norte del Gran Buenos Aires, sobre la provincia de Buenos Aires, justo en el límite con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

- **DeporTv**

  DeporTv es el canal de deportes del Estado nacional y comenzó sus transmisiones en abril de 2012. El deporte es entendido como una manifestación cultural. En ese sentido, se concibe por parte del Estado al futbol como parte de la identidad nacional.

  La apuesta de *Futbol para Todos* y *Automovilismo para Todos* implican la gratuidad en la televisación de los partidos de fútbol de los torneos locales y de las carreras de turismo carretera. Esto implicó una ruptura con la hegemonía mediática que proponía pagar un canon para acceder a los principales acontecimientos deportivos de cada fecha. Asimismo, *DeporTv* televisa hockey, basket, tenis, entre otros deportes.

  En el marco de la digitalización de la televisión nació *DeporTv*. En su página Web señala que *DeporTV* **es una nueva señal del Ministerio de Educación de la Nación**, creada por el Gobierno Nacional para el fomento del deporte como promotor de valores de nuestra sociedad, cuyos contenidos están a cargo de *Educ*.ar Sociedad del Estado:

  > "Porque el deporte forma parte de la cultura popular de todos los argentinos y, en amplios sectores de la sociedad, es su principal acceso cultural y al divertimento; porque la democratización de la televisación de los deportes que interesan al conjunto de los argentinos obliga al Sistema de Televisión Digital Abierta a ofrecer a los ciudadanos un canal de comunicación especifico de la temática, de alta calidad técnica y de contenidos; porque el fomento de las políticas públicas del deporte en los últimos años han demostrado resultados exitosos palpables al conjunto de la sociedad y en el universo del deporte en particular".

  DeporTv cuenta con página Web, donde se puede ver el canal en vivo, mediante *streaming*, ventana de visualización de archivo en *YouTube* –su cuenta se llama *DeporTv* Para Todos-, ventana donde se puede ver su *Facebook*, y enlaces a su perfil de *Facebook* y su cuenta en *Twitter*.

- **INCAA TV**

  INCAA es el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales de Argentina. En el canal de televisión encuentra una plataforma donde poner a circular las películas nacionales que se realizan con apoyo del Instituto. En este sentido, además de ciclos de cine extranjero, el canal cumple con el fin de divulgar el cine argentino que no ocupa un espacio protagónico en los canales de aire y en los de cable. A

su vez, el INCAA propone la realización de ciclos televisivos mediante concurso, que se emiten por canales de aire. El canal de televisión *INCAA TV* cuenta con una página Web, perfil en *Facebook*, cuenta en *Twitter*, canal en *YouTube*.

- **ACUA Federal / ACUA Mayor**

  Los Proyectos de *ACUA Federal* y *ACUA Mayor* son una apuesta de televisión pública que tiene como protagonistas a los relatos de vida de los argentinos. El acrónimo ACUA remite a "Argentinos Cuentan Argentina". *ACUA Mayor* es el primer canal público digital dedicado a los adultos mayores. Con participación de la Presidencia de la Nación, el PAMI (Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados), la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de Mar del Plata, Universidad Nacional de San Martín, la Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires y la AMIA (Asociación Mutual Israelita Argentina), se propone este espacio audiovisual que "tiene como objetivos fundamentales desmitificar los prejuicios sobre la vejez que circulan en el imaginario social y promover el envejecimiento activo y positivo" .

  Esta propuesta audiovisual se transmite por la Televisión Digital Abierta. Y para su promoción y circulación por nuevas pantallas cuenta con un espacio en la web de Televisión Digital Argentina, perfiles en *Facebook*, una cuenta en *Twitter*, y un canal en *YouTube*.

- **Conectate**

  El sitio *Conectate* es una plataforma donde se encuentran los contenidos de canal *Encuentro*, *PakaPaka*, *Ronda* (sección infantil de *PakaPaka*), *Educ.ar* y *Conectar-Igualdad.* Asimismo, en la solapa "En vivo" se puede tener acceso a los canales *Encuentro* y *PakaPaka* con la programación que están transmitiendo en ese momento por televisión, con la salvedad del mensaje: "Por no disponer de los derechos para la Web, la programación emitida por este medio puede no coincidir con la programación emitida en la televisión".

  Para tener acceso a las temporadas completas de los programas para su descarga, los usuarios deben estar registrados mediante un nombre y una contraseña. Siendo usuario también se puede votar y calificar los programas, que sirve para que se actualice un ranking con los más descargados y otro con los más votados.

- **Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA)**

  El *Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino* (*BACUA*) es una base de contenidos audiovisuales digitales disponibles tanto para los nuevos espacios

de emisión como para los ya existentes, de libre acceso y de distribución gratuita. La renovación tecnológica que representa la TDA supone el desafío y la necesidad de ampliar y federalizar la oferta de contenidos audiovisuales.

Productores independientes de todas las provincias, organismos gubernamentales y no gubernamentales, universidades, agrupaciones sociales, culturales y señales que cuenten con producciones propias, pueden ceder sus contenidos de manera gratuita al *BACUA* para ser distribuidos a los canales de televisión de todo el país.

Además, el *BACUA* cuenta con una creciente cantidad de horas de contenidos audiovisuales originales obtenidas a partir de los distintos Planes de Fomento, vehiculizados a través de concursos abiertos para productoras independientes con y sin antecedentes de todas las provincias. En la base pueden encontrarse series de ficción y series documentales, unitarios temáticos, y cortometrajes.

- **Contenidos Digitales Abiertos (CDA)**

  Contenidos Digitales Abiertos (*CDA*) es una plataforma que integra parte de las políticas de promoción de contenidos audiovisuales digitales que lleva adelante el Estado Nacional, a través del Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre (SATVD-T). La misma, surge a partir de la necesidad de difundir contenidos de producción nacional, cuya dinámica sea lo suficientemente ágil como para cautivar a los espectadores, actualizando e implementando nuevas tecnologías.

  CDA ofrece la modalidad video bajo demanda de manera gratuita. Permite acceder a series de ficción, documentales, unitarios, películas, deportes, eventos especiales y contenidos exclusivos, entre otros. Esta plataforma se nutre de las producciones ganadoras de los concursos del Plan de Fomento, disponibles actualmente en el (*BACUA*) y de otros actores del sector audiovisual.

  De este modo, *CDA* busca promover el diálogo interregional y ampliar las posibilidades de programación, sumando a sus propias producciones las realizadas por otras regiones del país.

  En esta plataforma encontramos los contenidos audiovisuales catalogados en: "Series-Unitarios", "Documentales", "Cortos", "Micros", y por último, "Igualdad Cultural". Asimismo, este espacio cuenta con perfil de *Facebook*.

Tabla 1. Nuevas pantallas para la televisión pública argentina

Espacio/canal	Nuevas pantallas para la televisión pública argentina Página web y redes sociales virtales donde participa
TDA	Página Web http://www.tda.gob.ar Perfil de Facebook https://www.facebook.com/pages/Televisi%C3%B3n-Digital-Abierta-TDA/126652780729126?fref=ts Cuenta de Twitter https://twitter.com/tvdigitalar Canal de YouTube http://www.youtube.com/user/tdaargentina Galería en Flickr http://www.flickr.com/photos/tdaenimagenes
TELEVISIÓN PÚBLICA	Página Web (ver en vivo – Mediateca - encuestas) http://www.tvpublica.com.ar/tvpublica/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/tvpublica Cuenta de Twitter https://twitter.com/TV_Publica Canal de YouTube http://www.youtube.com/user/TVPublicaArgentina?feature=CAQQwRs%3D
CANAL ENCUENTRO	Página Web (ver en vivo-descargas) http://www.encuentro.gov.ar/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/canalencuentro Cuenta de Twitter https://twitter.com/CanalEncuentro Canal de YouTube http://www.youtube.com/user/encuentro?feature=results_main
PAKAPAKA	Página Web (videos – juegos) http://www.pakapaka.gob.ar/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/canalpakapaka
TECNÓPOLIS TV	Página Web (videos - encuestas) http://www.tectv.gob.ar/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/TEC.TecnopolisTV Cuenta de Twitter https://twitter.com/Tecnopolis_TV Canal de YouTube http://www.youtube.com/user/tecnopolistvoficial?feature=results_main
DEPORTV	Página Web (ver en vivo) http://deportv.gov.ar/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/deportvparatodos Cuenta de Twitter https://twitter.com/dxtvparatodos Canal de YouTube http://www.youtube.com/channel/UCSmh3DFxBwFurMttT6OPQ1g?feature=watch
INCAA TV	Página Web http://www.incaatv.gov.ar/ Enlace a Facebook https://www.facebook.com/IncaaTv Enlace a Twitter https://twitter.com/INCAATV Enlace a YouTube http://www.youtube.com/user/incaatv?feature=results_main
ACUA FEDERAL / ACUA MAYOR	Página Web: http://acua.tvdigitalargentina.gob.ar/contenidos/home.html Perfiles de Facebook: https://www.facebook.com/acuatv?fref=ts https://www.facebook.com/ACUAMAYOR?fref=ts Cuenta de Twitter https://twitter.com/AcuaMayor Canal de YouTube http://www.youtube.com/channel/UCy2zv7AKrjsjjOQrZFmhIRA
CONECTATE	Página Web http://conectate.gob.ar
BACUA	Página Web http://www.bacua.gob.ar
CDA	Página Web http://cda.gov.ar/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/pages/CDA-Contenidos-Digitales-Abiertos/100636086745161

Fuente: elaboración propia

A modo de cierre

La televisión digital es la nueva vieja pantalla. El Estado nacional toma la delantera en la incursión de los medios públicos en la televisión digital y de ello propone una política integral de comunicación digital audiovisual para sus canales televisivos.

En una era donde Internet como medio de comunicación tiene cada vez mayor presencia en la sociedad, sus beneficios también son tomados por medios preexistentes. La televisión adopta tener su propia página Web donde informa su grilla y sus vías de contacto, pero también oficia como canal de imágenes y videos que se pasan por sus emisoras televisivas y como otros inéditos. En este sentido, es común ver la posibilidad de ver el canal de televisión en vivo en la misma página, una ventana propia como *Mediateca* en la *Televisión Pública* donde acceder a episodios de archivo de los programas o una ventana de *YouTube*.

Asimismo, la estrategia comunicativa de los canales públicos parece ser también tener presencia en las redes sociales virtuales. Inclusive sus páginas web oficiales tienen enlaces hacia y ventanas donde poder ver la actividad en las redes sociales virtuales. Estos espacios se configuran como lugares de compartimento y opinión por parte de los usuarios, mediante gustos, acuerdos y oposiciones es muy común que los usuarios compartan videos para que sean comentados por sus "amigos" o "seguidores". De ello que tener presencia en estos espacios en constante dinámica les granjea a los medios públicos una mayor visibilidad, a la vez que intervención en los debates de actualidad con los usuarios y televidentes.

Observamos entonces, que es una constante que los canales de televisión digital públicos cuenten con un perfil de *Facebook*, una cuenta de *Twitter*, con un canal de *YouTube* y en algún caso también con una galería de imágenes en *Flickr*. Asimismo, los espacios de *Conectate*, *BACUA* y *CDA* se presentan como sitios específicos donde acceder a la descarga de temporadas completas de contenidos de *Encuentro* y *Paka-Paka* (*Conectate*), la visualización a modo de muestrario de las producciones de los planes de fomento estatales (*BACUA*) y la visualización de series completas (*CDA*).

Por último, cabe insistir en que esta estrategia tiene lugar en un contexto comunicacional cambiante y de una profunda raigambre democrática, donde la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual es punta de lanza.

Asimismo debemos mencionar la creación de *Futbol para Todos*, la posibilidad de que las asociaciones sin fines de lucro -como las universidades públicas- accedan a tener señales televisivas, la aparición de canales bajo las directivas del ministerio de Educación y del ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación, y los planes de

fomento a la ficción y el documental televisivos. Todas estas son medidas necesarias de ser señaladas como posibilidad, más que como contexto, de la implementación de nuevas pantallas para la televisión pública.

Bibliografía

> La Nación (2012), "La Presidenta inauguró Tecnópolis TV". Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1466082-la-presidenta-inaugura-tecnopolis-tv>.

> Murolo, Norberto Leonardo (2009), "Nuevas pantallas frente al concepto de televisión. Un recorrido por usos y formatos", *Razón y Palabra, Primera Revista Latinoamericana Especializada en Comunicación, México, Nº 69.* Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx>.

> (2012), "Nuevas Pantallas: Un Desarrollo Conceptual", *Razón y Palabra. Primera Revista Digital en Iberoamérica Especializada en Comunicología, Número 80, México.* Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx>.

> Williams, Raymond (1992), *Historia de la comunicación. Vol. II. De la imprenta a nuestros días.* Barcelona, Editorial Bosch.

> (2011), *Televisión. Tecnología y forma cultural.* Buenos Aires, Paidós.

La necesidad de un canal público infantil

Por Verónica Fiorito

La televisión pública tiene entre sus principales objetivos garantizar una distribución igualitaria de los intercambios simbólicos, es decir, trabajar para ofrecer a todos los ciudadanos la posibilidad de acceder a una amplia variedad de entretenimiento, información y educación, de alta calidad.

Respecto a la televisión pública infantil, tiene el compromiso de producir contenidos audiovisuales de excelencia y de constituirse como un espacio donde los chicos se sientan representados y convocados como protagonistas de esa pantalla.

Por esto, en la creación de PakaPaka, nos propusimos hacer llegar a todos los chicos y chicas de la Argentina y de América Latina contenidos que no solo tienen la misión de formar o educar, sino también de entretener, dar a conocer, poner en contacto, abrir ventanas a la cultura de todos los sectores de nuestro país, como así también a nuevos mundos.

De esta manera, nos aventuramos en el desafío de construir una televisión pública infantil que pueda maridar educación y entretenimiento, porque creemos que todos los canales, públicos o privados, tienen una responsabilidad sobre lo que producen y emiten para la audiencia infantil. Pero siendo nosotros un canal público, tenemos básicamente la responsabilidad de no interpelar a los chicos como consumidores, de respetar sus identidades, sus diversidades, sus diferencias y de interpelarlos como ciudadanos.

Así como la relación entre las infancias y las pantallas exige tener en cuenta el lugar que los chicos y chicas tienen en la sociedad, su estatus político y ciudadano, los nuevos medios no pueden pensarse sin considerar que actúan sobre la percepción del mundo, difunden modelos visibles, median la producción de socialización y de conocimiento e introducen nuevas formas de narrar y de contar.

Teniendo en cuenta esto, la perspectiva de la identidad como construcción en relación con múltiples referentes resulta de particular interés para reflejar los cambios en las identidades infantiles y el lugar de la televisión en esa construcción identitaria.

La televisión tiene hoy por hoy un lugar central en los procesos de socialización de los chicos y chicas. Las infancias de hoy conviven con la televisión como uno más de sus referentes cotidianos.

Pensamos en una pantalla que ofrezca una propuesta distinta a la que hace el mercado, con otro tipo de contenidos, con otros tiempos, con otras posibilidades de diálogo, que también proporcione espacio para la pausa, para el silencio, para tener en cuenta los distintos ritmos y las distintas narrativas de los chicos. Y una televisión que sea absolutamente respetuosa de las infancias y de todas las maneras de ser chico o chica, que cree condiciones y posibilidades para que los chicos ejerzan y reivindiquen su derecho a expresarse, a participar e inscribirse en la cultura.

PakaPaka un proyecto en marcha

El 17 de septiembre de 2010 se creó *PakaPaka*, el primer canal infantil, educativo y federal del Ministerio de Educación de la Nación como un proyecto público y cultural, con el compromiso de ofrecer contenidos que amplíen el repertorio cultural de los chicos y chicas argentinos y latinoamericanos, desde una perspectiva ética que respete sus derechos.

Generar este espacio en la pantalla para la participación y el ejercicio de ciudadanía de los chicos y chicas de nuestro país y de América Latina tiene detrás una historia de construcción colectiva y de investigación en relación con una forma de entender la televisión pública infantil.

En una época en la cual el discurso de los medios de comunicación masiva instituye subjetividad a través de sus políticas de representación, una de las prioridades de nuestras sociedades para profundizar la participación y la vida democrática es fortalecer el derecho a la comunicación desde la infancia, que incluye al mismo tiempo el derecho a la información y a la libertad de expresión. En este contexto, hacer efectivo el derecho a participar de la cultura y el derecho a la comunicación exige que el Estado desarrolle políticas de equidad que garanticen el reconocimiento social y cultural de todas las sensibilidades y narrativas en que se plasma la creatividad política y cultural de un país.

El mercado genera y promueve una lógica por medio de la cual los objetos de consumo adquieren sentido. Más allá de la capacidad de gasto y de las posibilidades

de acceso al consumo de bienes materiales, existe un consumo simbólico compartido por muchos niños sin distinción de disponibilidad de recursos. En este sentido, los programas de televisión funcionan como productos de la cultura infantil y, como tales, producen significados sociales en torno a qué es ser niño hoy. El mercado, así, define desde su discurso no solo qué es ser niño, sino qué es ser adulto, qué es lo que los chicos desean, a qué les gusta jugar, sobre qué charlan, sobre qué discuten, qué comparten con sus pares, etcétera.

Como canal público, *PakaPaka* tiene otras preguntas, otro contrato con nuestra audiencia: no nos preguntamos únicamente cómo hacer para captar la atención de los chicos y chicas, sino cómo lo hacemos significativamente, para qué, con qué discusión, qué efectos producimos, qué preguntas, qué preocupaciones, qué temas ponemos en circulación y cómo aquello que hacemos construye ciudadanía e igualdad.

Ello implica concebir, también desde los medios, a los chicos y chicas como sujetos de derechos y hacedores de las sociedades que integran. Pensar a los chicos como actores sociales y políticos.

Los chicos merecen pantallas donde puedan sentirse representados, que los visibilicen como colectivos sociales con derechos que interpelan al Estado y a la sociedad. Ello demanda generar espacios reales para la participación y el ejercicio de ciudadanía también en la pantalla.

La relación entre las infancias y las pantallas no puede pensarse sin tener en cuenta el lugar que los chicos y chicas tienen en la sociedad, su estatus político y ciudadano, su visibilidad social y su inclusión o exclusión de la agenda de las políticas públicas.

Es precisamente con estas premisas que surge *PakaPaka*, primero como la franja infantil de canal *Encuentro*, nuestro "hermano mayor", que marcó una ruptura respecto a la concepción de la televisión educativa en nuestro país y en América Latina; y luego como canal infantil que transmite las 24 horas programación dirigida exclusivamente a chicos y chicas de 2 a 12 años.

La aparición del canal en el mapa de medios encuentra en su historia un porqué vinculado estrechamente con el escenario en el que surge. Un primer dato de ese escenario, señalado por el investigador chileno Valerio Fuenzalida (2008, pp. 49-54), es el creciente desplazamiento de la audiencia infantil latinoamericana de los programas de televisión a las señales de cable infantiles. Los chicos se reconocen destinatarios de señales que les hablan a ellos, que se dirigen a ellos desde los diálogos, desde los lenguajes y desde las imágenes. Por ello, cuando encienden la televisión buscan "sus canales", segmentados además por edades.

En nuestro país, la televisión de aire tenía hasta hace poco tiempo muy pocas propuestas para los chicos. Descubrió que podía convocarlos desde la programación de adultos y, en buena medida, dejó de generar franjas de programación específicas para los más chicos. De este modo, la TV por cable o satélite -dependiendo del paquete que uno tenga o del abono que uno haya contratado en nuestro país- concentró la oferta de televisión infantil poniendo a disposición de los chicos entre siete u ocho canales infantiles, aunque ninguno de ellos pensado desde Argentina para los chicos y chicas de nuestro país.

Otro dato que es absolutamente importante y que marca el escenario de una manera muy fuerte es la Ley N.° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, que regula la programación de franjas infantiles y la participación de los chicos en los medios, estimula los contenidos de calidad y el acceso de los chicos a esos contenidos y crea el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia.

Un nuevo marco legal

Identidad, diversidad, recreación y participación son algunos de los criterios que nos planteamos y que tienen un vector común en empatía con los lineamientos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Transformar los contenidos audiovisuales para el público infantil de manera que chicos y chicas puedan ser incluidos como partícipes de la producción de contenidos y no como receptores pasivos. Estos criterios son profundamente educativos, son valores que se construyen y se están consolidando en los últimos diez años de democracia.

Si nos detenemos en el mapa de medios, se puede observar que se ubican en las grillas de programación canales de cable de otros países que llegan con un discurso único, con su propia propuesta cultural y económica. Nuestra idea no es competir con ninguna empresa y/o canal en el terreno del mercado, estamos a favor de que existan múltiples alternativas. Sabemos que en el actual contexto de transformaciones sociales, familiares, económicas y culturales, la producción de cultura infantil por parte de las empresas comerciales adquiere una relevancia fundamental.

Por lo tanto, es en nuestra bienvenida a la ley de medios que consideramos que cuantos más canales existan mejor es, pero estamos convencidos de que queremos seguir construyendo un nuevo relato sobre la infancia de nuestro país en donde se vea a los chicos que hablan en nuestro idioma.

Es importante recordar que cada historia impone el modo como debe ser contada (Herschmann, 2009, pp. 121-159). La televisión pública infantil debe pensarse desde

su lugar, debe tener algo para decir y lograr la escucha para ser parte de la construcción de ciudadanía de los chicos.

En un contexto en el cual los medios masivos de comunicación recogen y recrean estereotipos y roles de género que se construyen socialmente y que coexisten con estereotipos, prejuicios y creencias que se transmiten culturalmente, *PakaPaka*, como medio público y educativo, tuvo y tiene la responsabilidad de apostar a una construcción política y estética de alternativas que cuestionen esas representaciones.

Entre esas alternativas está la producción de materiales y discursos que tiendan a ubicar a los sujetos en roles que no se asocien a los tradicionales roles de género, y que muestren situaciones de igualdad en donde la diferencia sea un valor ligado al respeto de la individualidad de cada sujeto. La individualidad, en tanto respeto por la diversidad, también se pone de manifiesto a la hora de trabajar con el idioma. Esto supone promover su riqueza y variedad, ofrecer la multiplicidad de significados propia del lenguaje y sus diversas manifestaciones según las variaciones geográficas, la edad, el nivel de escolarización, el uso propio de la lengua, así como la resignificación y apropiación de vocablos a lo largo del tiempo, respetando en los diferentes casos los sentidos y significados de cada enunciado y el contexto en el que se dice.

¿Y cómo construir nuestras propias narrativas en un escenario marcado por narrativas construidas desde afuera? Además de imágenes, contenidos y programas, ¿qué discursos produce y pone en circulación *PakaPaka* y cuál es el sentido de lo que queremos hacer? Estas son algunas de las preguntas que marcaron y marcan el camino de esta experiencia.

Nos propusimos el desafío de construir un canal que conciba a los niños y las niñas como ciudadanos, que cree oportunidades para que todos puedan aprender, reconocer, conocer, participar y expresarse: que contribuya a su desarrollo integral y que además, especialmente, apoye el proceso de enseñanza y aprendizaje dentro del aula. Y en ese camino, fuimos construyendo una visión que sustenta lo que hacemos y cómo lo hacemos, una filosofía que enlaza infancia, derechos, participación y ciudadanía.

Siempre recordamos los primeros pre editados de microprogramas y series, y en ese momento nos resultaba difícil imaginar un canal infantil y público de 24 horas. Con perspectiva histórica, recordando aquellos primeros tiempos, resulta un sorprendente avance democrático que hoy estemos debatiendo para que los chicos tengan voz propia y sean sujetos plenos de derecho en el marco de una lucha, una campaña en reclamo por un "PakaPaka para todos" para exigir que nuestro canal infantil, el de los argentinos y argentinas, esté disponible en todos los cableoperadores del país en sus abonos básicos.

En nuestra campaña sumamos voces de apoyo de artistas, de organizaciones, de instituciones, para que chicos y chicas argentinas puedan disfrutar de la primera señal educativa y pública pensada exclusivamente para ellos. Todavía hoy, una parte significativa de los televidentes no conoce *PakaPaka*, porque el operador de cable más importante de nuestro país no ha incorporado la señal a su grilla básica, a pesar de lo que establece la reglamentación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Desde hace tiempo conocemos sobre la capacidad y la vocación de trabajo que tenemos en el campo audiovisual en todo el país, y en este marco de igualdad de oportunidades, recuperación de derechos y políticas de inclusión, se construyen todos los instrumentos con que contamos para que las producciones audiovisuales sean de calidad.

Pensamos una televisión con inclusión regional, abrimos la pantalla a los chicos y chicas de nuestro territorio como un reconocimiento sobre las necesidades de entretenimiento audiovisual de esta audiencia poco atendida, para contar desde las estéticas y las narrativas cercanas y para ser laboratorio de formatos. En síntesis, venimos trabajando para una televisión pública que no copia, sino que explora, investiga y experimenta.

Porque Argentina y América Latina lo pueden hacer, porque cuentan con las tecnologías para producir otro tipo de televisión: tenemos a la población que quieren contar, hay un derecho a la comunicación para ejercer y se vive la innovación localizada en el cercano cultural (Rincón, 2013).

En este escenario marcado por avances históricos en materia normativa y tecnológica respecto a los medios de comunicación y por la profundización en la concepción de la infancia que invita al mundo adulto a repensar su relación con los más chicos, está *PakaPaka*. Nosotros siempre decimos que no partimos de certezas, sino de preguntas que nos fueron guiando en el proceso de creación del canal, y con una fuerte convicción: hacer un canal infantil educativo y público demanda una responsabilidad ética, una responsabilidad política y un profundo trabajo de conocimiento y reconocimiento de nuestras infancias.

Los medios en la vida cotidiana de los chicos

Los medios de comunicación ocupan un lugar central, no solo en la vida cotidiana de los chicos y chicas y en sus modos de entretenimiento, sino además como referentes de socialización, como productores de visiones de mundo, etc. En este sentido, la irrupción de los medios de comunicación y, particularmente, el impacto de la televi-

sión en la transformación del uso del tiempo libre de las familias y especialmente de los niños, a partir de la segunda mitad del siglo XX, tuvo una relevancia particular en los modos de constitución de identidad de las infancias contemporáneas.

Sabemos también que los chicos y las chicas aprenden, conocen el mundo, descubren, se relacionan con el conocimiento, con la información, con el entretenimiento y con el mundo adulto no solo a partir de lo que las familias aportan, no solo a partir de los conocimientos que los libros, la escuela y la cultura escrita en general generan, sino también (y de una manera central) a partir de lo que los medios producen.

La cultura infantil y todos los productos asociados a ella se desarrollan, multiplican y reproducen en un contexto en el cual las identidades infantiles han sido blanco de procesos contrapuestos y paralelos de homogeneización y heterogeneización cultural (Carli, 2006, pp. 19-54).

Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías afectan la percepción del mundo, difunden modelos visibles, median la producción de socialización y de conocimiento, introducen nuevas formas de narrar, de contar, con nuevos lenguajes.

Este contacto permanente con una multiplicidad de pantallas –de TV, del cine, de los teléfonos celulares, de los videojuegos y de la PC– genera en los niños la facilidad para relacionar, asociar y comparar con mayor rapidez, inmediatez y fragmentación. La mensajería instantánea exige respuesta inmediata y estar siempre disponible. Los medios interactivos exigen el ingreso constante de datos y la elaboración de respuestas.

En este marco y reconociendo el lugar central de los medios en la vida cotidiana de los chicos, entendemos que los chicos y chicas no son receptores pasivos de los mensajes de los medios –como lo indicamos anteriormente en relación a la ley de medios y la creación de canales–, sino sujetos que pueden construir y resignificar aquello que reciben a partir de su propio contexto.

Creemos que, más allá de la diversidad plasmada de acuerdo con el contexto social y cultural, los chicos tienen una experiencia rica con el lenguaje audiovisual y están en contacto con el código de la imagen desde sus primeros años.

Por eso, una televisión de calidad para estos chicos y chicas es aquella que los considera como sujetos activos de la cultura, receptores constructivistas de los mensajes de los medios, ciudadanos.

Buscamos una nueva forma de hacer televisión infantil que abra la oportunidad de producir programas de amplia recepción, en variados formatos y géneros, y con

temas que apelan a su vida cotidiana con un lenguaje audiovisual que los contemple en sus particularidades.

Conocer y reconocer a los chicos es pensarlos como seres sociales determinados históricamente, pensarlos mientras se relacionan con su entorno e influyen en él, en el seno de la familia, la comunidad, la sociedad. Conocerlos en sus casas, sus escuelas, sus calles, sus barrios, sus grupos sociales. Pensarlos como seres históricos que producen cultura y que tienen que ser reconocidos como tales por los medios de comunicación. Conocer sus intereses, sus inquietudes, sus dinámicas, sus emociones, sus alegrías, pero también hacer lugar a sus preocupaciones, sus conflictos, sus luchas, sus demandas, sus angustias.

Estamos advertidos de que los permanentes cambios que atraviesan los medios y específicamente la programación televisiva infantil, en particular en nuestro país, acompañan en un ida y vuelta, de causa y consecuencia, las profundas transformaciones por las que atraviesa la infancia. La televisión, como uno de los elementos principales de la producción de cultura infantil y de la pedagogía cultural, está siendo parte de este proceso (Dotro, 2003, pp. 215-251).

Una pantalla inclusiva

PakaPaka nació con la premisa de ser una pantalla diversa desde sus maneras de representar a las infancias y sus contenidos, pero también desde sus formatos, propuestas artísticas y narrativas.

La pantalla ofrece distintas propuestas para tres audiencias definidas: *Ronda PakaPaka*, dirigida a chicos y chicas de 2 a 5 años; la franja dirigida a los chicos de 6 a 9; y la franja de programación para quienes tienen entre 10 y 12 años.

El canal transmite las 24 horas con siete horas diarias de estrenos, y llegamos a los hogares argentinos a través de la televisión digital abierta, de la televisión digital terrestre, de la televisión satelital a las escuelas rurales, y de los cableoperadores.

Porque las experiencias de ser chico o chica en nuestro país y en América Latina difieren según los contextos sociales y culturales. La cultura infantil está caracterizada por la mixtura, la existencia y la vivencia de una multiplicidad de experiencias de diferente índole y con estéticas diversas, y el desafío de *PakaPaka* es expresar esa multiplicidad de experiencias y sus manifestaciones para estimular de ese modo la posibilidad de ver las cosas desde otras perspectivas.

Por esta razón, cada serie que se diseña debe seguir algunos parámetros claves:

- Reconocer a su audiencia: que identifique de manera clara el público a quien se dirige, el rango de edad a que pertenece y sus necesidades afectivas, formativas, de humor y de contexto, y que el lenguaje utilizado sea accesible.
- Involucrar procesos de investigación: que investigue o utilice informaciones relevantes sobre cada uno de los temas abordados en el programa para lograr tratamientos enriquecedores, positivos y que agreguen valor a la experiencia de ser niño.
- Ser atractivo: que el diseño, la estructura y el uso creativo de los elementos narrativos audiovisuales capte la atención de los chicos de manera significativa y respetuosa.
- Estimular la fantasía, el juego y las preguntas: que promueva a partir de acciones lúdicas que los niños se apropien de la cultura, afirmen su identidad y se vinculen con otros. Las preguntas permiten establecer enlaces importantes entre acción y pensamiento.
- Generar identificación: que ilustre situaciones y conflictos propios de la edad, la situación geográfica y social de la niñez.
- Reconocimiento cultural: que genere reconocimiento y valoración de su propia cultura y de las historias locales, sin perder su valor como narración universal.
- Dar poder al niño: que el niño (o el personaje que lo representa) sea protagonista, que tome decisiones y resuelva sus problemas con sus propias herramientas, sin olvidar el rol del adulto como facilitador.
- Incentivar la autoestima: que el programa fortalezca el sentimiento de aceptación y confianza y que colabore con el proceso de crecimiento.
- Incentivar el gusto por aprender: que amplíe los horizontes educativos y culturales de los chicos estimulando la exploración de su entorno.
- Promover procesos de pensamiento: que habilite espacios para pensar y desarrollar una visión reflexiva sobre aquellos temas que le son propios o cercanos y reales.

Desde estos parámetros se diseñan las series como una síntesis de formato y contenido. Para *PakaPaka*, formato y contenido constituyen un binomio inseparable. Para cada propuesta de contenido, hay una búsqueda de formato y de propuesta narrativa que haga de ese contenido una propuesta atractiva para los chicos y chicas que nos miran. Es por ello que en la pantalla los chicos pueden encontrar series de ficción, animación, documentales, para abordar contenidos vinculados con la vida cotidiana de los chicos; juegos y aventuras; cuentos, relatos y narraciones; los dere-

chos; los entornos sociales, culturales y naturales; el arte y la expresión; las ciencias sociales; los deportes, entre muchos otros.

Calidad: un enorme desafío

La televisión infantil puede recuperar la participación en la cultura como derecho para todos los chicos y chicas. Inscribirse en la cultura de una sociedad implica que niñas y niños puedan, entre otras cosas: producir sus propios mensajes; formar y expresar sus opiniones frente a cualquier tema, incluidos aquellos complejos para ser abordados en el espacio público; participar en decisiones y acciones que generen transformaciones y mejoren la vida comunitaria; desarrollar pensamientos críticos respecto del consumo de los medios de comunicación; promover la expresión de las voces y los intereses de diversos actores de la comunidad, crear y experimentar a través de los lenguajes de los medios de comunicación. La apuesta de *PakaPaka*, en tanto proyecto político y cultural, se traduce en la pantalla bajo diferentes premisas que dan forma al concepto de calidad para la señal infantil.

Ello constituye un enorme desafío: imaginar y crear propuestas, estéticas, formatos y contenidos que reflejen otra concepción del niño respecto a sus posibilidades y necesidades; que apunten a enriquecer su mundo; que partan de un respeto profundo por la infancia; que los representen y contemplen sus perspectivas, sus voces, sus opiniones, sus capacidades, sus intereses y sus puntos de vista; que promuevan su integridad y el respeto a la identidad; y que fomenten la creatividad y despierten la curiosidad por investigar, experimentar y saber.

El protagonismo de los chicos, de este modo, implica incorporar sus perspectivas, sus voces, sus maneras de ser, de expresarse y de vincularse con el presente, con lo que ha tenido lugar y con el futuro que imaginan o vislumbran, así como con los sueños que habitan en sus imaginarios. Sus preocupaciones, sus intereses, sus emociones, las preguntas que se hacen, los modos que tienen para procesar la realidad, sus voces y sus actividades constituyen en ese contexto herramientas centrales en la definición de contenidos de la señal y, a su vez, son expresadas de múltiples maneras: desde relatos de historias y narraciones de fantasías, hasta interrogantes, desafíos lúdicos, hipótesis, adivinanzas y juegos de palabras, entre otras manifestaciones posibles.

Por otro lado, el reconocimiento de las infancias demanda contenidos de alta calidad en los que los objetivos de formar convivan con los de entretener, dar a conocer, abrir ventanas tanto a la cultura de todos los sectores de nuestro país como

a los de nuevos mundos, con el propósito de hacer así un aporte a la construcción de la identidad de niños y niñas y a la construcción de ciudadanía desde la infancia.

En este sentido, *PakaPaka* plantea un diálogo con el jardín y la escuela, pero no de manera exclusiva; también lo hace con otras experiencias que constituyen la subjetividad de los chicos, con la vida cotidiana hogareña, con el barrio y la comunidad, con las relaciones de amistad y con los juguetes y los juegos, entre otras instancias.

Mostrar otras formas de vida –en otros espacios y lugares de nuestro país y del mundo– tiene un valor ético importante con relación al conocimiento del otro y al respeto por la diversidad. El abordaje de estos contenidos posibilita que los chicos y chicas accedan y conozcan otros mundos que no forman parte de su experiencia directa, otras formas de vida, más lejanas o más cercanas, pero distintas a la propia, y diferentes costumbres y modelos culturales que enriquezcan sus vidas. Se busca así promover y estimular el conocimiento y reconocimiento del otro, posibilitando que los niños aprendan a vivir juntos y desarrollen actitudes de respeto, solidaridad y cooperación.

Tanto en estos casos como, sobre todo, en lo que se refiere al abordaje de temas complejos –especialmente a contenidos vinculados con violencia y maltrato, y contenidos que abordan conflictos de la vida de los chicos (peleas entre pares, miedos, situaciones nuevas que deben enfrentar en función del crecimiento, etc.), conflictos propios de la sociedad en la que viven (la pobreza, la justicia y las injusticias sociales, las diferencias culturales, etc.) y conflictos del mundo (ecología, guerras, etc.)–, el canal, como medio público y educativo, busca asumir el tratamiento de cada caso de manera responsable y cuidadosa. Para ello, desarrolla los contenidos y sus enfoques con el asesoramiento de especialistas en infancia, con el objeto de asegurar que la información presentada en pantalla se adecue a las características del desarrollo psíquico y emocional del público al que se dirige el material.

Finalmente, la calidad se manifiesta también proponiendo una estética que refleje otra concepción de los chicos y las chicas respecto a sus posibilidades y necesidades; una estética propia que apunte a enriquecer su mundo y a reflejar su complejidad. La infancia está llena de contrastes y los chicos viven a diario experiencias caracterizadas por las diferencias, no por la homogeneidad. La estética de un mundo idealizado no es más que una construcción cultural que no tiene anclaje en la psicología infantil ni en supuestas o reales necesidades infantiles. La mirada de *PakaPaka* se despega de aquella construcción histórica para ir en busca de una estética que aspire a ser más afín a los chicos actuales.

La TV sale de la pantalla: los "Parques temáticos, instalaciones lúdicas y espectáculos itinerantes en espacios públicos" y la Cátedra PakaPaka

Uno de los ejes de *PakaPaka* para la definición de calidad ha sido el de generar espacios audiovisuales para que los chicos expresen sus intereses, dudas y cuestionamientos, y desarrollar contenidos considerando que en el proceso de crecimiento de los chicos surgen múltiples preguntas vinculadas tanto con la exploración y el conocimiento del mundo, de la historia, de las ciencias, de las artes, de la música, en síntesis, de la sociedad en la que viven y de la vida cotidiana, como con su propio universo emocional.

En este camino de investigación de contenidos para una televisión pública infantil que referencie las infancias de nuestro país, fue surgiendo la necesidad de tomar las experiencias recogidas en estos años de producción e investigación audiovisual y acercar *PakaPaka* más allá de la pantalla, de manera vivencial, para que chicos y chicas de nuestro país puedan compartir juegos, proyecciones y actividades *pakapakenses.*

Intentamos que los chicos y chicas se sientan ciudadanos y conviertan el espacio público en propio, en un dispositivo de uso y sentido, que desarrollen y compartan aprendizajes y vivencias porque también es su patrimonio (González, 2009).

Dicho en forma muy concreta: lo que pensemos construir para los chicos habla de quiénes somos y de lo que esperamos de nosotros como sociedad.

En este marco, el Ministerio de Educación de la Nación a través del canal organiza en todo el país los *Festivales PakaPaka para Todos*[1] y se han construido "Parques temáticos, instalaciones lúdicas y espectáculos itinerantes en espacios públicos"[2] que recorren la Argentina. Algunos inspirados en la serie animada *La asombrosa excursión de Zamba*[3], como es el caso del "Parque temático Zamba"[4]; la "Kermesse de

[1]Se desarrollan en el marco de la campaña *PakaPaka para todos* para pedir la incorporación del canal a la grilla del principal cableoperador de la Argentina. En los festivales participan grupos musicales y artistas como *La galera encantada*, *La bomba de tiempo, La Chilinguita*, *Papando Moscas*, *Mariana Cincunegui*, *Bahiano*, *Onda Vaga*, *Beaxionario*, *Diego Frenkel*, y *Los cazurros*, entre otros.

[2]Los "Parques temáticos, instalaciones lúdicas y espectáculos itinerantes en espacios públicos" se organizan con todos los actores culturales, sucesos, encuentros y circuitos, planificando y construyendo con la gente del lugar, realizando una labor conjunta con las comunas y municipalidades.

[3]*La asombrosa excursión de Zamba,* o simplemente Zamba, es una serie de animación que recrea los principales sucesos de la historia argentina vistos desde la mirada de un niño de Formosa y sus amigos, que viajan en el tiempo para vivir aventuras acompañando a San Martín, Belgrano, Sarmiento y muchos otros.

[4]En el 2013, la serie *La asombrosa excursión de Zamba* se amplía a *El asombroso mundo de Zamba*, donde el niño formoseño y sus amigos exploran, además de la historia, la música, el arte,

Zamba"; y "El asombroso musical de Zamba y San Martín". Otros están basados en producciones audiovisuales, como el *Festival de Teatro* con circo, danza, títeres y música; el espacio "Hacé volar tus sueños"; y el espacio *Pakapedia*.

Estas son actividades gratuitas donde se brinda el acceso de chicos y chicas a diferentes espectáculos artísticos y espacios de juego, promoviendo de esta manera la ampliación del repertorio cultural y el intercambio con otras infancias, además de brindar la posibilidad de que los chicos se acerquen de manera entretenida a distintas expresiones del arte, la música, la danza o el circo. Forman parte del circuito fundamental del proyecto educativo nacional y cuentan con el apoyo del Ministerio de Educación de la Nación, porque los "Parques de juegos y espectáculos itinerantes" refuerzan la enseñanza proveniente de la currícula escolar y, a su vez, promueven otro tipo de aprendizajes.

Partimos de la idea de que los chicos y las chicas sean los protagonistas junto a sus familias[5], que conozcan la historia argentina, la geografía, la astronomía, las ciencias, la literatura, la poesía en la interacción con otras infancias en los "Parques de juegos y espectáculos itinerantes", porque fueron pensados para ellos y ellas, contemplando la diversidad de gustos e inquietudes.

Es así como se nos plantea el desafío de poner en circulación los contenidos televisivos de las infancias que se produjeron con otros formatos y plasmarlos en espacios públicos, extendiendo así las posibilidades educativas y de juego de todos los chicos para que compartan su repertorio lúdico, cultural y afectivo, aquellos que los acompañan en su crecimiento, en la búsqueda de autonomía, en su confianza y autoestima.

En este marco, los "Parques temáticos, instalaciones lúdicas y espectáculos itinerantes" tienen como objetivo constituirse en espacios educativos y de entretenimiento que puedan ser reinventados, creados, recreados y modificados por los chicos, en los que puedan comunicar y comunicarse, sentir, jugar y experimentar emociones; espacios que incentiven su curiosidad a través de mundos sugerentes, misteriosos, diversos, contradictorios, absurdos; espacios que, como el juego, establecen órdenes distintos de lo cotidiano y, por lo mismo, implican libertad y posibilidad.

la astronomía, el cuerpo humano, la geografía, los deportes, la vida al aire libre, las comidas, la ciencia y la paleontología junto a los personajes más representativos de cada disciplina. Se trata de un programa diario que incluye animación y también, secciones con chicos y chicas, emisión de festivales organizados en escuelas, etc.

[5]Consideramos familia a todos los vínculos cercanos y afectivos que tienen los chicos, ya sean padre, madre, abuelos, tíos y hermanos –la estructura familiar convencional– así como también otros vínculos que surgen del amor, como son las familias no convencionales.

Para que los chicos encuentren una de las formas de participación más poderosa y eficaz: el juego. Jugar, en el amplio y total sentido de la palabra, es disponer los términos de otro modo, innovar, simbolizar, intervenir lo establecido y disfrutar, cambiar la concepción del tiempo y el espacio. Y debemos reconocerle al juego su capacidad transformadora. Es más: su condición de ser en sí mismo un dispositivo transformador (González, 2009).

El abordaje que los chicos, en tanto protagonistas, hacen en los diferentes espacios incorpora una nueva dimensión sobre *PakaPaka*; implica una apropiación tangible, una experiencia, un lugar propio que reconstruyen subjetivamente en función de su propia historia y del contexto.

Cátedra PakaPaka

El canal es también una apuesta, desde el Ministerio de Educación, a reinventar lo educativo desde los medios, una invitación a pensar qué representa ese término y a preguntarnos qué tipos de aprendizajes puede contribuir a reforzar la televisión, los cuales tienen que ver con lo cognitivo y con los contenidos curriculares, pero también con otros tipos de aprendizajes.

La televisión no es un medio aislado, la relación con ella se da en un contexto en el que se movilizan también otros recursos, pero la televisión puede ser efectiva y eficaz en ofrecer otros repertorios distintos a los habituales, otros marcos de información, otros lenguajes más complejos, otras estéticas que posibiliten alternativas a la estandarización.

Y es en ese rumbo –el de pensar la televisión y pensarnos como hacedores, en poner en circulación experiencias y reflexiones para generar espacios de intercambio y que otros puedan aportar sus visiones del universo infantil– que hemos creado la *Cátedra PakaPaka de Realización y Producción de Cine y Televisión para Niños* como materia optativa de la carrera Diseño de Imagen y Sonido de la Universidad de Buenos Aires.

La construcción de este espacio por fuera de la pantalla predispone a cooperar con una gama de recursos, tanto para la puesta en juego de la información y el conocimiento como para la manifestación de puntos de vista y experiencias compartidas.

PakaPaka es, finalmente, un espacio en sus múltiples formas para asociar lo educativo con los afectos, con los recuerdos, el diálogo, la poesía, la imaginación, el juego, las preguntas, los sentidos, el descubrimiento, la curiosidad, la diversión y la investigación.

Bibliografía

> Carli, Sandra (2006), "Notas para pensar la infancia en la Argentina (1983-2001)" en Carli, Sandra (comp.) (2006), *La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping*. Buenos Aires, Editorial Paidós, pp. 19-54.

> Dotro, Valeria (2003), "Televisión infantil y construcción del niño televidente entre 1960 y 1990. Del Capitán Piluso a 'Chiquititas'", en Carli, Sandra (comp.) (2003), *Estudios sobre comunicación, educación y cultura. Una mirada a las transformaciones recientes de la Argentina*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones y Editorial Stella, pp. 215-251.

> Fuenzalida, Valerio (2008), "Cambios en la relación de los niños con la televisión", *Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, vol. XV, N.° 30, Andalucía, Grupo Comunicar, pp. 49-54. Disponible en <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=30&articulo=30-2008-08>.

> González, María de los Ángeles (2009), "Una aproximación al universo infantil", conferencia dictada durante el ciclo *Encuentro por la infancia. Espacios de intercambio por una televisión de calidad*, organizado por Canal Encuentro, Sistema Nacional de Medios Públicos y Canal 7, Buenos Aires, 22 de mayo de 2009.

> Herschmann, Micael (2009), "Ciudadanía y estética de los jóvenes de las periferias y favelas", en Martín-Barbero, Jesús (coord.) (2009), *Entre saberes desechables y saberes indispensables [agendas de país desde la comunicación]*, Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina y C3 FES, pp. 121-159. Disponible en <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07334.pdf>.

> Rincón, Omar (2013), "No son los contenidos, son las estéticas, las narrativas y los formatos" en *Pensar la televisión pública. ¿Qué modelos para América Latina?*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones, pp. 151-171.

La narrativa informativa de canales estatales en las nuevas tecnologías. *Argentina en noticias y Casa Rosada*

Por Cristian Caraballo

Introducción

La aparición de formatos informativos audiovisuales en internet es una novedad. Por un lado, aparecen formatos que se refieren a la información y al modo de tratamiento de la misma que se sitúan en el territorio exclusivo de los formatos clásicos como los noticieros, acontecimientos electorales y programas de información. O sea, internet funciona como plataforma para la transposición de contenidos provenientes de medios tradicionales. Sin embargo, aparecen variables que apuntan a que la producción informativa construya sus propias formas, sus propias narrativas adecuadas al circuito de internet.

Por otro lado, las investigaciones vigentes sobre la producción en televisión, define nuevas rutinas de producción que impactan sobre medios privados, públicos y de organizaciones sin fines de lucro, tal como presenta el nuevo panorama de los servicios de comunicación audiovisual. Aparecen nuevas políticas, nuevos actores, nuevas tecnologías y en consecuencia nuevas prácticas sociales. A su vez, emergen nuevos territorios de la comunicación audiovisual. Describir y observar estos cambios y comportamientos aportan a la comunicación una mirada sobre la narrativa que reina en un espacio poco explorado desde esta mirada.

La cantidad y calidad de nuevos portales web en los últimos años permitió no solo ampliar los alcances de la comunicación, sino también las formas. En este contexto, una nueva relación aparece: las políticas públicas y las expresiones comunicacionales de la web. Diferencias y similitudes en el campo de la producción deben visibilizarse. Portales, páginas, canales, todo en proceso de afinidad con un nuevo espectador de características diferenciadas. El Estado también toma las riendas, y asume decisiones

de integrarse a estas nuevas ventanas que se integran de otras maneras con la sociedad en conjunto.

Es en este contexto que nos ocuparemos de los canales *on line Argentina en noticias* y *Casa Rosada*. La pretensión no es estudiar la agenda ni los orígenes de dichos medios, sino analizar la forma en que muestran, cuentan y construyen sentido a partir de la multidimensión de formatos al momento de contar audiovisualmente cualquier información. Para alcanzar tal fin, analizamos cinco videos informativos de cada uno de los canales mencionados, que pertenecen al período enero – mayo del 2012.

La narrativa

Es prioritario comenzar remarcando que la producción de sentido de los informativos se determina desde la dimensión narrativa. Según palabras de Rincón (2006)

> Si algo nos caracteriza como sociedad es la abundancia de signos sin sentido establecido, signos vacíos de relación y experiencia; signos que deben ser llenados de significado a través de intervenciones narrativas y argumentativas. Significar por tanto es un acto político. La mejor táctica, producir sentido desde la narración (Rincón, 2006, p. 10).

En un mismo sentido, Farré (2004) apunta que es preciso

> Considerar el noticiero como discurso, por lo tanto, lleva a un análisis del texto en mi dimensión comunicativa, entendiendo a ésta no como una mera transferencia de contenidos informativos a un espectador, sino como "un intercambio de sujetos, destinado a coproducir el sentido". Esto significa que el texto no es sólo el objeto que se transmite sino el objeto en torno al cual se actúa (Farré, 2004, p. 30).

La narrativa en los informativos es fundamental a la hora de entender cómo se producen y de qué manera cuentan la noticia. Ahora bien, la noticia deja de ser un hecho, a la vez que se transforma en el proceso de informar. La narración aparece contando no solo la noticia, sino las noticias "que deben ser contadas". El informativo es enteramente narración.

El informativo y sus "nuevas pantallas"

El proceso de convergencia pone en relación los medios tradicionales con internet, generando nuevas modalidades informativas. Según Cebrián Herreros (2004)

> Un avance de esta convergencia viene produciéndose por separado en los medios que la generan. La televisión se abre a los servicios ya consolidados de internet, e internet, por su parte, trata de incorporar las aportaciones audiovisuales de la televisión. La unión de ambas desarrolla una nueva modalidad informativa plenamente convergente y distinta a la de cada una por separado (Cebrián Herreros, 2004, p. 152).

Una de las formas de difusión y promoción de los canales *Argentina en noticias* y *Casa Rosada* es *You Tube*, creado en febrero de 2005. Según el sitio oficial de dicha plataforma, *You Tube* permite que "miles de millones de usuarios encuentren, vean y compartan videos creados de forma original. *You Tube* ofrece un foro para comunicarse con los usuarios de todo el mundo, para informarles y para inspirarlos, y sirve como plataforma de difusión para creadores de contenido original y anunciantes de cualquier tamaño"[1].

No obstante, algunas cuestiones importantes quedan fuera de esta presentación, sobre todo las que nos permiten analizar los canales *on line* nacionales mencionados. En este trabajo no haremos alusión solamente a los videos producidos para *You Tube* o que por allí se difundan, sino a un conjunto más amplio de emisiones que colocan a la plataforma en el lugar de lo que algunos autores denominan "nuevas pantallas":

> Mientras el concepto de televisión implica un uso doméstico y familiar, con plena penetración mundial; las nuevas pantallas –y es la característica más definitoria de ellas- apelan a un espectador solitario, quien presta atención a otras cuestiones a la vez, además de no haber alcanzado aún usos a nivel mundial (Murolo, 2009, p. 2).

Argentina en noticias

El canal *on line Argentina en noticias*[2] tiene como fecha de inicio el 28 de mayo de 2010. Es el "panorama informativo" del portal público de noticias *Argentina.ar*. El canal tiene dos emisiones diarias de noticias, está a cargo de Leandro Montivero y se produce desde Casa de gobierno.

El Subsecretario de Comunicación y Contenidos de Difusión, Gustavo Fernández Russo, se refirió al canal como "un panorama informativo diario con informes de no

[1] *You tube* <youtube.com/t/about_youtube>, consultado el 10 de junio de 2013.

[2] *Argentina en noticias* <argentina.ar>, consultado el 10 de junio de 2013.

más de tres minutos, que compilan noticias nacionales, de gestión de gobierno, e informaciones sobre el desarrollo de la Argentina"[3].

El portal *Argentina.ar* produce información en base a cuatro formatos: televisión, radio, suplemento gráfico e internet. Según Gustavo Fernández Russo, "este emprendimiento es parte del desarrollo de diferentes mecanismos destinados a impulsar a diversos medios de comunicación de todo el país ayudando a descentralizar la información"[4].

En la plataforma de internet *You Tube* se pueden ver publicados todos los videos de *Argentina en noticias* producidos con características propias. Estas publicaciones son reutilizadas para la redifusión de la información por distintos portales y televisoras del interior.

El Canal tiene 893 videos, 5.057 suscriptores y 198.715 reproducciones de vídeo al 1 de mayo de 2012. No está distribuido por secciones y no tiene información por parte de los creadores que permita entender el motivo o los intereses del mismo. Sin embargo, es fácil encontrar los links que nos remiten al portal de *Argentina.ar* donde uno puede encontrar todas las noticias del canal de *You Tube*, como así también, audios, notas, especiales, deportes, agenda, clima, etc.

Casa Rosada

Aunque en la información institucional del canal se anuncie como fecha de inicio el 18 de enero de 2007, *Casa Rosada*[5] fue presentado personal y oficialmente por la presidenta de la Nación, Cristina Fernández, el 21 de Octubre de 2010. En el evento, las principales palabras de la mandataria fueron: "Agradecemos a *Google* y a todos, por poder utilizar esta formidable red social, para comunicarnos, conectarnos y contarnos las cosas que nos parezcan importantes para nuestro país y también para el mundo. Muchas gracias y muy buenas tardes, buenos días, o buenas noches, según la hora en que me escuches"[6].

Al igual que *Argentina en noticias*, *Casa Rosada* es producido desde Casa de Gobierno y su responsable es también Leandro Montivero. En una entrevista realizada

[3]Declaraciones citadas de <derf.com.ar/despachos.asp?cod_des=457603&tID_Seccion=52>, consultado el 10 d ejunio de 2013.

[4]Op.cit.

[5]*Casa Rosada* <youtube.com/user/casarosada> , consultado el 10 de junio de 2013.

[6]La presidenta Cristina Fernández lanza el canal oficial Casa Rosada. <youtube.com/watch?v=AZsln kzGD4A&feature=player_embedded>, consultado el 10 de junio de 2013.

el 15 de febrero de 2013, Montivero apuntó que el objetivo es cubrir toda actividad pública que realice la presidenta de la Nación Cristina Fernández de Kirchner:

> "Surge de la necesidad de cubrir toda la actividad presidencial para consumo del público web (...) Cuando no son discursos (no los editamos), tratamos de construir la noticia con recursos visuales y rescatando lo mejor del contenido editorial. (...) Somos un equipo multidisciplinario que se nutre del personal estable del organismo al que pertenezco"[7].

Casa Rosada disponibiliza distintos links que permiten fácilmente acceder tanto a la página oficial de *Prensa*[8], como a la oficial de la Presidencia de la Nación[9], y a la página de *Argentina en noticias*.

Este portal de noticias también utiliza *You Tube* como plataforma de redifusión informativa y propone algunas características que también nos permiten identificar el perfil del propio canal. Una de estas características que permite *You Tube* es la sección "Canales destacados", donde el autor, o el canal, propone canales que le gustan o que crea de interés para compartir con sus propios seguidores. *Casa Rosada* no es indiferente a esto y sugiere cuatro canales: *Fuerza Cristina*, *TV Pública*, *Canal Encuentro* y *Argentina en noticias*[10]. Los cuatro canales están relacionados con el aparato estatal.

Otra de las características que propone *You Tube* es la de "Galardones", una entrega virtual de premios, donde la red registra un gran número de estadísticas de los vídeos. El sistema concede automáticamente medallas para mostrar los vídeos que son populares en la comunidad y que tienen una gran interacción por parte de los usuarios. Cada categoría incluye medallas de oro, plata o bronce para mostrar el orden de popularidad. *Argentina en noticias* tiene cuatro, pero el canal no especifica que video fue el ganador de las medallas que corresponden al premio, ni el día en que fueron ganadas.

Dentro de la red social, el canal *Casa Rosada* tiene distintas secciones. Al 13 de abril de 2013, son 21 y se publicaron 774 videos en total. La cantidad de reproducciones asciende a 5.130.397.

---

[7] Entrevista realizada el 15 de febrero de 2013 a Leandro Montivero, responsable de *Casa Rosada* y *Argentina en Noticias.*

[8] *Sala de Prensa* <prensa.argentina.ar>, consultado el 10 de junio de 2013.

[9] *Presidencia de la Nación Argentina* <presidencia.gov.ar>, consultado el 10 de junio de 2013.

[10] *Fuerza Cristina* <youtube.com/user/fuerzacristina2011>, *TV Pública* <youtube.com/user/TVPublicaArgentina>, *Canal Encuentro* <youtube.com/user/encuentro>, consultados en mayo de 2012.

Narrativas comparadas

Respecto de la duración de los videos, ninguno de los videos analizados de *Argentina en noticias* supera los tres minutos, siendo el promedio de todos los videos analizados 2min. 25seg. Este indicador nos permite ver la valoración de la velocidad y la atención que se presta en internet a la hora de acercarse a la información. No hay una política de profundización de temas ni noticias, desde la concepción de la cantidad de duración de cada una de las emisiones.

En el caso de *Casa Rosada* la cuestión de la duración es más compleja. Uno de los videos analizados dura 4 hs 47' 30'' y se trata de la "Apertura de Sesiones Ordinarias 2012" a cargo de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner. Eso deja un promedio de 1hs 2min. 55seg. entre los videos analizados, y si no contáramos ese video excepcional, el promedio bajaría a 6min. 47seg. Encontramos entonces, que la duración de los videos no está determinada por variables como la velocidad o su factibilidad de reproducción, sino por la relevancia de su carácter noticioso. Sin embargo, Leandro Montivero, responsable de *Casa Rosada* nos dice: "si no son discursos, tratamos de que no superen los 3.30 minutos"[11].

En cuanto al tipo de cobertura informativa, todas las producciones de *Argentina en noticias* y *Casa Rosada* tienen similares características. En principio, la producción es propia; ninguna se realiza mediante agencia, ni tampoco a través de corresponsales o enviados especiales. Tampoco, existe el recurso del presentador de estudio.

En términos de géneros periodísticos, no se realizan informes especiales, ni cuentan con entrevistas. Tampoco se transmite en directo con móviles, ni se anticipa la información antes o al cierre de las noticias.

Un recurso diferenciado lo posee *Argentina en noticias*, donde la información se presenta con el recurso de *voz en off* y principalmente se utiliza un locutor, sin la presencia de otros periodistas, analistas, entrevistados o reporteros frente a cámara.

En el caso de *Casa Rosada* el tipo de cobertura deja ver bien delimitada la naturaleza del canal, ya inscripta en su propio nombre: transmitir la voz de la Presidente de la Nación.

Respecto al emplazamiento de la información, *Argentina en noticias* no se encuentra dividida en bloques como la televisión tradicional. No obstante, encontramos el criterio de la división de producciones por noticias. Salvo el caso excepcional de

[11]Entrevista realizada el 15 de febrero de 2013 a Leandro Montivero , respondable de *Casa Rosada* y *Argentina en Noticias.*

las sesiones ordinarias de la Presidente, el resto de la información se divide en tres o cuatro noticias diferentes con recursos parecidos.

En el caso excepcional, se ofrecen unos recursos distintivos en el tratamiento que permiten entender este permiso por la importancia de la noticia. Por último, cabe señalar que ninguno de los videos utiliza el "resumen final" como manera de apuntalar las noticias.

En *Casa Rosada*, por su parte, no encontramos la división por bloques o noticias, ni resúmenes finales, como si sucede en *Argentina en noticias*. De hecho, las producciones se concentran en una sola noticia.

En cuanto a la manera de ilustrar de *Argentina en Noticias* es clara la preferencia. Solo el 40% utiliza las fotografías y siempre a través del recurso de panoramización y zoom. Pero el 100% usa las imágenes en movimiento. En este caso es importante marcar que el recurso repetido en todos los videos es el del plano fijo, y en menor medida el plano móvil. Asimismo, cabe señalar que todas las imágenes aparecen como propias, ya que la producción no aclara si fueron cedidas de un privado o un canal de televisión. Es un punto fundamental a la hora de entender la producción de audiovisuales porque la ilustración de la información tiene no solo la inversión de tiempo sino también de capital, de recursos humanos, etcétera.

En *Casa Rosada* vemos que todas las imágenes que utilizan para ilustrar también son propias, en movimiento, y con planos fijos y móviles. Pero también encontramos uno de los videos donde las imágenes de archivo marcan una diferencia a la hora de contextualizar y profundizar la información.

En cuanto a la utilización de la música como recurso audiovisual, *Argentina en noticias* hace uso de una cortina específica (replicada en todos los casos), y solo aparece el sonido ambiente en tanto sea funcional a la noticia (ante un testimonio directo, por ejemplo). A pesar de que mayormente ilustren con imágenes en movimiento, no es posible, en la mayoría de los casos, escuchar el sonido de ese ambiente y lugar en particular. La narración *en off* y alguna voz de los protagonistas abarcan todo el espectro sonoro.

Sin embargo, en *Casa Rosada* la utilización del audio es muy pareja. Según datos relevados, el 40% de las producciones utilizan el sonido ambiente, el 40% hacen uso de la música y el 20% restante combina ambos recursos. En palabras de Rincón (2006, p. 216), en este caso se busca enfatizar el sonido como lugar narrativo. La música utilizada es instrumental para acompañar o generar emotividad pero sin letra que

aporte una mayor profundidad narrativa, ni compita con la información. Para Montivero, "el formato clip necesita siempre de música para lograr un buen clima y que el material sea amigable a los públicos web[12]".

En cuanto a la clasificación temática, en *Argentina en noticias* los principales temas dan cuenta de acciones del Gobierno nacional; aparece el Estado como protagonista de todas las noticias. La idea de clasificarlos también por temáticas se origina en ver si el tema modifica la presentación de la información. Esto sólo sucede en el caso: "La presidenta Cristina Fernández inauguró un nuevo período de sesiones ordinarias del Congreso de la Nación". Como mencionamos anteriormente, en ese caso se busca marcar la importancia de la noticia y se modifica el formato para no anclarlo con otras informaciones y brindarle más tiempo debido a su relevancia.

Por su parte, en *Casa Rosada* la clasificación temática no produce diferencias al momento de construir la noticia. En los datos relevados queda reflejada la orientación del canal, porque además de la temática "política interna", "internacionales" o "Social (no laboral) / Migraciones / Salud", se refiere a informativos donde se buscan las actividades presidenciales o del poder ejecutivo.

En cuanto al género de la información, toda la selección de los dos canales, abordan el género *noticia*. No se advierten crónicas, entrevistas, informes especiales, reseñas o columnas. Por eso entendemos que la prioridad para la comunicación pública de estos canales es narrar los acontecimientos de forma breve y concisa. De ahí las particularidades narrativas que estos canales comparten. Todas se instruyen como respuesta a las "cinco W" tradicionales del género noticioso: Who? (¿Quién?), What? (¿Qué?), Where? (¿Dónde?), When? (¿Cuándo?), Why? (¿Por qué?) y How? (¿Cómo?). O también responden a la definición más amplia conforme apunta Martini (2000):

> Las noticias serían el producto de la selección y el control y de las formas de procesamiento que responden a "instrucciones" (más o menos explicitadas) de la empresa y actitudes y valores consensuados o al menos aceptados (la distorsión consciente) y de la articulación de prejuicios, valores compartidos con el medio y con la sociedad, representaciones del propio trabajo y que están implícitos (la distorsión inconsciente o involuntaria) (Martini, 2000, p. 13).

En el caso de *Argentina en Noticias*, el mecanismo estilístico o retórico utilizado es el de generalizaciones carentes de base. No hay ninguna clasificación determinan-

[12]Entrevista realizada el 15 de febrero de 2013 a Leandro Montivero , responsable de *Casa Rosada* y *Argentina en noticias* .

te para enunciar a los protagonistas de la información, ni tampoco la información refiere de manera preferencial a las concepciones ideológicas, políticas y/o religiosas de los protagonistas. Pero en el caso de *Casa Rosada*, su estilo retórico está asociado a determinados grupos e ideologías. Dado que sus informativos buscan las actividades presidenciales o del Poder Ejecutivo, las asociaciones partidarias son inevitables a la hora de producir los videos.

Por último, es importante apuntar que no aparece opinión alguna en ninguno de los videos de marea explícita. Toda noticia y todo proceso de construcción de la misma, lleva consigo un interés particular, sin embargo, esta no aparece expresada bajo ningún recurso audiovisual específico. No obstante, cabe señalar que en uno de los videos de *Casa Rosada*, encontramos que la producción, a través de leyendas, deja bien establecida su opinión. Por lo tanto, la opinión también es importante para este canal pero utiliza un alcance diferente. "No necesariamente la opinión es imprescindible. Si tenemos que editorializar, siempre lo ponemos en boca de la presidenta", afirma Montivero[13].

Palabras finales

Una nueva manera de construir sentidos, de articular los recursos audiovisuales, se está dando paso a través de estos canales que tienen pocos años de vida. A partir del análisis de *Argentina en noticias* y *Casa Rosada*, pudimos observar una fuerte inversión de tiempo, capital y recursos humanos para construir nuevos espacios y nuevas maneras de mostrar la información audiovisual. Estos espacios se construyen con recursos, material y producción propia, lo que permite elaborar una mirada particular y distinta sobre la realidad; generar su propio sentido de la información.

Además, pudimos observar que la cuestión del tiempo no está atravesada por los espacios publicitarios ni por los programas precedentes o posteriores, sino por la atención del espectador, y por la relevancia de la noticia. Por su parte, las imágenes en constante movimiento dan cuenta de otra de las elecciones de estos canales a la hora de informar. Igualmente el sonido, que sin competir con la información, busca acompañar o generar emotividad transformándose en un lugar narrativo.

La noticia, en ambos casos, será entonces el género sobresaliente, dando cuenta de la prioridad de narrar los acontecimientos de forma breve y concisa.

[13]Entrevista realizada el 15 de febrero de 2013 a Leandro Montivero , responsable de *Casa Rosada* y *Argentina en noticias.*

Por último, observamos como la narración por parte de canales estatales en los circuitos de internet es un nuevo espacio para la lucha de significados, de sentidos. En este sentido, se constituyen en actos políticos que proponen en principio dar batalla a las concentraciones de la información y, sobre todo, a la manera de contarlas.

Bibliografía

> Alfonso, Alfredo (2007), *Estado y comunicación pública. Análisis comparativo de los noticieros nocturnos de canal 7 (argentina) y TVE (España),* Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, XI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Red Nacional de Investigadores en Comunicación. Disponible en<redcomunicacion.org/memorias/pdf/2007Alalfonso.pdf>

> Barroso García, Jaime (1996), *Realización de los géneros televisivos*, Madrid, Síntesis.

> Bustos, Gabriela (2010). *Los noticieros populares de Barricada TV- Una experiencia de contrainformación*, Universidad Nacional de La Plata, Congreso de Comunicación Alternativa: Medios Estados y Política, COMEP.

> Carboni, Ornela y Rodríguez Miranda, Carla (2010), *Hacia la construcción de marca en los medios alternativos: caso Barricada TV*, Universidad Nacional de La Plata, Congreso de Comunicación Alternativa: Medios Estados y Política, COMEP.

> Castells, Manuel (2001), *La galaxia internet: reflexiones sobre internet, empresa y sociedad,* Madrid, Areté.

> Cebrian Herreros, Mariano (2004), *La información en televisión, obsesión mercantil y política*, Barcelona, Gedisa.

> De Fontcuberta, Mar (1993), *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Barcelona, Paidós.

> Farré, Marcela (2004), *El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales de la información audiovisual*, Buenos Aires, La Crujía ediciones.

> Martini, Stella (2000), *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Buenos Aires, Norma.

> Murolo, Norberto Leonardo (2009), *Nuevas pantallas frente al concepto de televisión. Un recorrido por usos y formatos*, XIII Jornadas de Investigadores en Comunicación, San Luis, Argentina. Disponible en<redcomunicacion.org/memorias/pdf/2009mumurolo.pdf>

> Rigo, Marisa Natalia (2010), *Televisión e Internet: análisis de la producción de sentidos sobre estos medios de comunicación otorgados por jóvenes universitarios de la ciudad de La Plata*, Universidad Nacional de La Plata, Congreso de Comunicación Alternativa: Medios Estados y Política, COMEP.

> Rincón, Omar (2006), *Narrativas mediáticas*, Barcelona, Gedisa.

Otras fuentes

> Entrevista, especialmente realizada para esta investigación, a Leandro Montivero , responsable de *Casa Rosada* y *Argentina en noticias* .

Del 16.9 al 4.3:
INCAATV y la exhibición del cine argentino

Por Lía Gómez y Luciana Aon

Desde distintos puntos de análisis, la televisión es un tema de discusión actual en la Argentina; especialmente en torno a las disputas que instaló la sanción de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en el año 2009. La apertura de pantallas, los concursos de fomento, los nuevos relatos, la creación de nuevos puestos de trabajo en el sector audiovisual, la federalización y las luchas por la adquisición, readmisión y reordenamiento de las licencias se tornaron así, temas centrales en el debate público sobre los medios de comunicación.

Las pantallas (las viejas, las nuevas) no son sólo ventanas que proyectan imágenes sino construcciones narrativas que exponen al lenguaje como territorio político social de construcción de imaginarios. Como plantea Jesús Martín Barbero (2002), "la comunicación y la cultura constituyen hoy un campo primordial de batalla política: el estratégico escenario que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica – su capacidad de representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad para enfrentar la erosión del orden colectivo" (2002, p. 70).

En este artículo proponemos reflexionar acerca de *INCAA TV*[1], la señal televisiva del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, como una nueva pantalla pública que ordena, sistematiza y expone una visión sobre el cine argentino (y extranjero) en televisión. De esta manera, se constituye en una pantalla necesaria para que las películas argentinas de antaño y actuales, el viejo, y el nuevo cine argentino lleguen a todo el país, difundiendo además cine latinoamericano y mundial independiente y de autor.

En el marco de una crisis estructural de la exhibición de los cines nacionales frente al *mainstream*, donde a pesar de las políticas de fomento en aumento de los últimos

[1] *INCAA TV* www.incatv.gov.ar, consultado en junio 2013.

años, aún no todas las películas argentinas llegan a los cines comerciales, y menos aún al interior del país, y especialmente por la dificultad de sostenerlas en cartelera, se tornan esenciales esas otras pantallas: los cine móviles, los espacios INCAA; y ahora el *INCAA TV*.

A partir de los relatos que vuelven a emerger con la proyección de películas que estaban olvidadas, y de nuevos films que de otro modo no tienen una distribución masiva, pretendemos reflexionar por un lado, sobre el ritual cinematográfico y sus cruces con la acción televisiva, y por el otro, y en relación directa con lo anterior, la posibilidad de pensar a la televisión como tecnología que combina el desarrollo de formas existentes anteriores.

La nueva televisión

INCAA TV inició su transmisión en 2011 y a partir de allí ha ido aumentando no sólo la cantidad de films exhibidos, nacionales y extranjeros, y los ciclos en los que se presentan estas producciones, sino también la relevancia otorgada a la recuperación de material fílmico[2] en un doble sentido: en términos de derechos y de remasterización de copias.

Besos Brujos de José Agustín Ferreyra (1937), *El cañonero de Giles* de Manuel Romero (1937), *Los 3 berretines* de Enrique Susini (1933), y *Cándida* de Luis José Bayón Herrera (1939), son algunos de los títulos que desde fines del año 2012 constituyen patrimonio del INCAA y se someten a un proceso de remasterización en el que se optimiza la imagen y el sonido de los originales, y luego se pueden convertir a distintos soportes (beta digital, DV-Cam, DVD, DCP).

Recuperar estos relatos cinematográficos, el cine como arte del (paso/presente) del tiempo, permite hacer memoria en la televisión. El cambio del blanco y negro al color; del cine clásico de estudios al cine argentino de 1950, y de allí al cine político de 1960, la clausura en 1970, la recuperación en 1980 y el otro nuevo cine argentino, el de la década de 1990. Y también, de aquellas figuras que marcaron la historia de la cinematografía nacional como Hugo del Carril, Tita Merello, Amelia Bence, Niní Marshall, Libertad Lamarque, Pepe Arias, Luis Sandrini, e incluso Mirtha Legrand y Susana

[2]Para un abordaje de la problemática del cine argentino clásico desaparecido y su puesta en valor en la TV Digital ver el artículo "Cine, memoria y patrimonio en la pantalla chica", publicado en *Construyendo Historias. Ver para creer en la Televisión. Relatos y narraciones en la Televisión Digital Argentina* complilado por Lía Gómez y editado por el INCAA, y el Observatorio del Sector Audiovisual de la República Argentina (2012).

Giménez; o directores como Hugo del Carril, Torres Ríos, Leopoldo Torre Nilson, Nicolás Sarquís, junto a Leonardo Favio, Octavio Getino, Rodolfo Kun, Raymundo Gleyzer; y las nuevas generaciones: los Martel, Carri, Trapero, Caetano, Llinás, Mitre, Piñeiro.

Reponer la historia de nuestras imágenes en la televisión permite la resignificación de sus sentidos y la reapropiación de símbolos culturales que constituyen referentes de una época. De este modo, la pantalla se transforma en un espacio de visibilización, puesta en valor y circulación de relatos e identidades nacionales, recuperando el pasado desde el presente.

El objetivo entonces no es sólo exhibir películas sino también generar investigaciones y acuerdos que, por ejemplo, permitan gestionar la recuperación del cine nacional a partir de la cesión de derechos. En ese marco la *Turner Internacional Argentina & Warner Bros,* compañías de *Time Warner Company* donó al INCAA alrededor de 400 películas argentinas (que incluye desde la década de 1930 y hasta el inicio de 1990) con licencia gratuita para su emisión en su señal televisiva.

El *INCAA TV* se construye como un canal de televisión de cine nacional pensado dentro de las políticas de estado para la producción, exhibición y conservación de nuestro acervo audiovisual. Esta perspectiva es contraria a un canal privado como *Volver* perteneciente al grupo Clarín, que como afirma desde su web "pasa programas antiguos", programa clásicos del cine argentino cuyos derechos han sido adquirido sin cuidado ni preocupación por la calidad de las copias.

Una de las disputas históricas en este sentido tiene raíz en la TV de calidad o de entretenimiento, o como diría Serge Daney (2004) de videojuego o escuela nocturna, de TV fútil y TV responsable (2004, p. 126). Lejos de exponer estas dicotomías dogmáticas, pero conscientes de su existencia es que avanzamos en este artículo. Siguiendo la línea planteada por Martín Barbero (2002), por más eficaz que sea su simulacro "el mercado no puede sedimentar tradiciones ya que todo lo que produce `se evapora en el aire´ dada su tendencia estructural a una obsolescencia acelerada y generalizada, no solo de las cosas sino también de las formas y las instituciones" (2002, p. 84).

El *INCAA TV* constituye un canal de exhibición para los films que se producen en el país, una vía de acceso al cine para gran parte del territorio argentino que no cuenta con Espacios (de exhibición) INCAA y/o cines en sus ciudades. Pero además, dicha señal podría decirse, se torna una pantalla estratégica para volver a ver películas de antaño y contemporáneas.

La televisión no se condice con la continuidad narrativa, ni las estrategias poéticas de la imagen audiovisual, sino con algo nuevo que oscila entre un flujo permanente

y una repetitiva e insistente máquina de insertar; sin embargo el canal *INCAA TV* se construye como experimentación donde el flujo permanente convive con los tiempos de cada film puesto en pantalla.

El canal del instituto de cine organiza su programación en una grilla semanal. Cada día de la semana está vinculado a un tipo de exhibición determinada, y los films se organizan por sección temática.

En este marco *INCAA TV* no es solo un canal de películas argentinas sino también del cine independiente y de autor del mundo, con ciclos especiales sobre directores y movimientos artísticos, con especial énfasis en el cine latinoamericano. Asimismo, como el destacado ciclo *Cortos I-Sat*, perteneciente al canal de cable del mismo nombre, *INCAA TV* plantea en su programación ciclos de cortos nacionales que solo circulan por los festivales de todo el país como espacios de exhibición en salas. Pero además, se propone una producción propia de material que se presenta en la programación e intervalos: entrevistas a realizadores, productores y actores, recuperando historias y relatos en torno a la producción audiovisual.

Remasterizar nuestro cine y ponerlo en televisión implica pensar lo audiovisual como memoria de la historia, la identidad, la cultura, los modos de narrarnos. El *INCAA TV* se presenta en la grilla televisiva en relación a los "canales de películas" y así su tema está en relación a cadenas como *MovieCity*, *HBO*, *Space*, incluso *Volver*; pero su esquema de programación, e incluso su forma narrativa, se asemeja más al estilo del canal *I-Sat*: cine independiente, cine de autor, ciclos que organizan y proponen visiones trasversales del cine, entrevistas, y la puesta en valor del cortometraje como formato cinematográfico.

El *INCAATV* propone en pantalla lo que denominamos una *práctica cineclubista* tan importante en el desarrollo de nuestra cultura, o extremando, la idea de cine continuado, con estrenos sin cortes comerciales, ciclos temáticos, una gráfica con símbolos del cinematógrafo desde lo visual y lo sonoro, y la propuesta de films nacionales e internacionales divididos por sección. Pero a su vez, expone la fragmentación televisiva a partir de secciones dedicadas a los cortometrajes, a las entrevistas, a los *making off*, entre otros formatos. E incluso, dialoga en lo multimedial a partir de la web donde se pueden encontrar archivos, entrevistas a las autoridades, *trailers*, presentaciones de la programación, afiches originales de las películas, e información de los films.

Constituye así, una nueva dimensión de acceso al cine, fundamental en tanto la distribución y exhibición es uno de los grandes dilemas que atraviesan los realizadores argentinos como un problema histórico. La pantalla televisiva como forma

cultural, funciona como posibilidad de encuentro entre esos films y los espectadores. Que el instituto nacional de cine tenga un canal de televisión es histórico. A esto nos dedicaremos en el siguiente apartado.

Todos los caminos llevan al INCAA TV

El canal del INCAA se inscribe en las regulaciones que estima Radio y Televisión Argentina, y las cláusulas correspondientes a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. A través del sistema de Televisión Digital Abierta (TDA)[3] la señal se ve en el canal 22.4, pero además es de acceso público y gratuito para todos los operadores de cable del país en su modo digital y analógico, sin costo para los usuarios. En todo el territorio nacional se puede acceder a *INCAA TV* a partir de los cableoperadores, -CABA, Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Tucumán, La Rioja-[4]. Es decir, se puede ver tanto teniendo cable como habiendo optado por el sistema de TDA, a excepción de *Cablevisión* que sólo tiene el canal disponible en su servicios Digital y HD.

Esta federalización para el cine que propone *INCAA TV* se da en un contexto de escasez de salas de cine en el interior del país donde en muchos casos se accede a la producción nacional a través de los festivales (108 en total) o de los espacios INCAA (salas de cine estatales a lo largo de todo el país) y el *Cine Móvil*, que funcionan como circuitos oficiales para facilitar la distribución y exhibición. El *INCAA TV* como nueva pantalla televisiva se entrelaza con estas políticas de fomento y exhibición del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales forjando una red a través del territorio.

Los problemas de concentración de la producción y exhibición del cine en Buenos Aires han sido históricos. A principios del Siglo XX el cine se constituyó como un modo de retratar el Buenos Aires de la época con sus costumbres y tradiciones, y así fue instrumento de identidad y culturización para los inmigrantes que llegaban al país. Pero si bien *Nobleza Gaucha* (1915), considerada por muchos como la primer película argentina, arrasó con los espectadores, recién en 1930 fue el auge del cine nacional[5].

[3]TDA <www.tda.gov.ar>, consultado en junio 2013.

[4]Para mayor información sobre ubicación en la grilla y posibilidades, visitar <http://www.incaatv.gov.ar/como-ver-incaa-tv/>, consultado en mayo de 2013.

[5]De 6 películas en 1933 se pasa a 56 en 1942. Peña, Fernando Martín (2012). *Cien Años de Cine Argentino*, Buenos Aires, Biblos.

La época de los grandes estudios y productoras dedicadas al negocio cinematográfico se inicia con empresas como *Lumiton*, *Baires* y *Argentina Sono Films*, y entre las que se destaca la productora de Alfredo Murúa, especialmente por sus intentos de filmar en el interior del país[6]; y termina su época de auge a fines de la década de 1940, principio de 1950. Las películas, producidas a gran escala y con escenografías montadas en estudios y elencos estables, se debatían entre lo regional y lo universal, así como los modos de producción ya eran tema de discusión entre realizadores y productores. Sin embargo, es la década de 1960 la que se consagra como central para el desarrollo del cine como expresión popular y política. El cambio en los modos de producción hacia el cine moderno está marcado con las influencias de la *Nouvelle Vague* en Francia, el *Neorrealismo Italiano* y el *Cinema Novo* brasileño, en la proliferación de relatos filmados en el territorio.

Luego, la violencia del terrorismo de estado de la década de 1970 y la censura llevaron al exilio a cineastas, productores, actores, y trabajadores del campo de la cultura, siendo las pantallas espacios que quedaron vacíos física y simbólicamente.

Con la reapertura democrática Manuel Antin es designado al frente del Instituto Nacional de Cine y en su gestión se avanzó contra la censura y la desregularización del Ente de Calificación. Asimismo, se organizaron diversas muestras y se habilitan los films que habían estado prohibidos en la década anterior.

Los avances medidos en términos de producción y exhibición eran un tema de discusión en la época (siempre son un tema para nuestra cinematografía) que, como sostiene Peña (2012), "no se caracterizó por el ingreso al cine de los jóvenes, sino más bien por la puesta al día de una generación" (2012, p. 212). Pues se podían exhibir y re-exhibir varios films, entre ellos *Los hijos de Fierro* (1974) y *La Patagonia rebelde* (1973). Las pantallas argentinas volvían a poblarse con nuevas/viejas historias y discursos en torno a la identidad nacional. Por ejemplo, *Camila* de María Luisa Bemberg fue el film más visto en el año 1984. Y conforme Getino (2005), "Entre 1984 y 1988 la producción fílmica argentina estuvo representada por unos 130 títulos estrenados, a los cuales se sumaron alrededor 20 películas que quedaron inconclusas o carentes de salas de estreno" (2005, p. 86).

La década de 1980, además de su vínculo político social de expresión a través de la apertura democrática, fue una época del auge del video hogareño (el VHS) y el consumo puertas adentro se hizo más extensivo con el inicio de la televisión por cable. Ya en 1990, el neoliberalismo y la convertibilidad instalados a través de las políticas

[6]Ver: Peña, Fernando Martín (2012). *Cien Años de Cine Argentino*, Buenos Aires, Biblos.

del entonces presidente Carlos Saúl Menem abrieron la puerta para el consumo de productos extranjeros, y el acceso a las "nuevas tecnologías" en diversos sectores sociales. El video fue dando paso al DVD que se convirtió no sólo en un objeto de consumo hogareño sino que muchas salas independientes y ciclos de cine lo adoptaron para poder exhibir sus películas bajo costo. Los tradicionales cines a la calle comenzaron un proceso de cierre, transformando el paisaje urbano y la experiencia de ir al cine a partir de la creación de multisalas en los *shoppings*.

Pero la década de 1990 es paradójica para pensar el campo del cine en contraposición al esquema neoliberal de gobierno. En 1991, Antín fundó la Universidad del Cine (FUC) de donde saldrían algunos de los directores del denominado *Nuevo Cine Argentino* (NCA). En el año 1994, fue sancionada por el Congreso Nacional, la nueva Ley de Cine (N°24.377), que entre otras cosas permitió incrementar los recursos del Fondo de Fomento a la Cinematografía, y articular la participación de la televisión en las producciones cinematográficas. Dos años más tarde, reapareció el *Festival Internacional de Cine de Mar del Plata* y en 1999, se sumó el *Buenos Aires Festival Internacional de Cine Independiente* (BAFICI).

Así, a mediados de la década se erigió una nueva generación de jóvenes cineastas que renovaron el lenguaje cinematográfico local y a partir de una crítica especializada que supo ver y destacar estas producciones en los medios, el público volvió a ver cine argentino en las salas. Las primeras *Historias Breves,* en 1995, marcaron un punto de quiebre al presentar los cortometrajes de algunos de los más destacados directores de los próximos años. Luego llegaron las películas: *Pizza, Birra y Faso* (1996, Bruno Stagnaro y Adrián Caetano), *Mundo Grúa* (1999, Pablo Trapero), *La ciénaga* (2000, Lucrecia Martel), *Los rubios* (2003, Albertina Carri), y más películas y directores para lo que la crítica consagró como *Nuevo Cine Argentino*.

El campo social con su crisis económica y política, el campo artístico con su crisis creativa, comenzaba a hacerse dueño de la pantalla a través de los relatos y las formas. A partir de la Ley, las nuevas tecnologías, la presentación y premiación en festivales nacionales e internacionales, las escuelas de cine y la profesionalización del campo, las co-producciones, el reconocimiento de la crítica, y la cantidad de películas por año, fue todo *in crescendo*. Pero si bien este nuevo cine tuvo un alto grado de prestigio, no fueron muchos los títulos ni los directores que pudieron estrenar en salas comerciales y sostener sus películas en cartel.

Respecto de las problemáticas de la exhibición de cine en salas, ya en el documento publicado por el "Foro del Espacio Audiovisual Nacional" en octubre 1988 varios

profesionales del cine y la televisión señalaron que "los medios de comunicación audiovisual requieren de políticas integrales, que al mismo tiempo respeten el carácter específico e intransferible de cada medio, en sus aspectos económicos, sociales y culturales" (Getino, 2005, p. 112). Esta es una señal incipiente de la necesidad de debatir en torno a las políticas públicas relacionadas con lo audiovisual.

Años más tarde, en el 2002, el INCAA fue declarado ente autárquico y en 2004 se inició la implementación de los Espacios INCAA como un circuito oficial alternativo a las salas comerciales. Esas fueron pantallas estratégicas para lo que creció la producción cinematográfica argentina en la última década, a partir de nuevos y crecientes subsidios del estado. Según el *Diccionario de Films Argentinos*, elaborado por Raúl Manrupe y Alejandra Portela, entre el año 2003 y el 2009, se realizaron más de mil doscientos (1200) largometrajes, casi el 300% más que en períodos anteriores.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada en 2009, y el proceso de transformaciones iniciado desde su implementación, empezó a dar respuestas a algunas de las problemáticas del audiovisual: la necesidad de pantallas, la necesidad de exhibición de cine nacional en televisión, de producción federal, de regulación del sector y sus sindicatos y actores, de señales de cable en el interior.

Es necesario destacar que a principios de 2013 se aprobó la Ley n°26.838 que complementa la mencionada Ley de cine al declarar la actividad audiovisual en Argentina como una industria. El cine ganó en esta asimilación derechos y, por ejemplo, la posibilidad de acceder a exenciones impositivas.

Del mismo modo, podemos situar la más reciente inauguración de la sala INCAA Gaumont que luego de la lucha emprendida por diversas personalidades del arte y la cultura para evitar su cierre fue comprado y reciclado por el INCAA.

La producción que ha ido en aumento se enfrenta desde siempre con el problema de la exhibición. El canal *INCAA TV* se inscribe como una pantalla posible para las producciones nacionales.

La exhibición del cine en televisión

La apertura de una pantalla como el *INCAA TV*, no solo implica poner en escena la producción nacional, sino articularla con el mundo del cine y el universo cotidiano, entablando un diálogo entre directores y productores de diversas épocas. Pero además, permite incentivar la recuperación de material fílmico, su restauración, y su puesta en circulación en televisión.

La señal televisiva del instituto de cine propone una modernización institucional en términos de pantallas de exhibición de nuestro acervo audiovisual, abriendo la posibilidad de volver a ver films de todas las épocas con copias de calidad, y el acceso a nuevas generaciones al cine como bien cultural y social.

Volvemos, así, al texto de Martín Barbero (2002) que plantea la pregunta sobre la pertinencia de políticas de comunicación hoy:

> "En el ámbito público, se trata ante todo de alentar –sostener, subsidiar e incentivar– medios y experiencias de comunicación que amplíen la democracia, la participación ciudadana y la creación/apropiación cultural, y ello no solo en el plano nacional sino también en el regional y local" (2002, p. 82).

Consideramos a la comunicación como un derecho ciudadano y así entendemos que la pantalla televisiva interactúa con las demás esferas de la vida cotidiana en la formación de la identidad y la cultura del sujeto. Por ello, el propio *INCAA TV* sostiene en su discurso la posibilidad de "aportar a una televisión que sea espejo e intérprete de la sociedad, con inteligencia, pluralidad y compromiso, y con un fuerte sentido de responsabilidad frente a las audiencias de todo el país" (Raspo, 2012).

Sin dudas, el cine se constituye como herramienta de difusión y conocimiento de la cultura, como memoria artística y cultural de una época y como elemento de comunicación intergeneracional. El *INCAA TV* asume esta condición, y viabiliza para el público diversos un acervo audiovisual que de otro modo no estaría disponible y accesible en la cotidianeidad de los argentinos.

Por eso y más allá del largo proceso de trasformación cultural, tecnológica, económica de nuestros medios y de los desafíos por delante, se destaca que el cine argentino tenga su pantalla en la televisión como un logro de la democracia, donde las imágenes, como diría Jaques Ranciere (2011), tienen un rol fundamental en el proceso de emancipación; o siguiendo a Walter Benjamin (2007), el cine se constituye como ese lugar donde el arte y las masas se encuentran en los films de Chaplin.

El cine latinoamericano, el cine argentino, desde el propio arte de narrar filmando, a partir de un cine nuevo, una cámara y una idea, un movimiento que traslade y acerque el cine a las bases; propone una emancipación de directores y films donde lo popular y lo artístico se conjuguen para la constitución de un relato sobre la Nación.

Que *Crónica de un niño solo* (Leonardo Favio, 1964) o *Soñar Soñar* (Leonardo Favio, 1974) convivan en un mismo espacio escénico, tecnológico y físico como lo es la televisión, con *El camino hacia la muerte del viejo Reales* (Gerardo Vallejo, 1968),

Pajarito Gómez (Rodolfo Kuhn, 1965), *Pelota de Trapo* (Leopoldo Torres Rios, 1948), *La casa del ángel* (Leopoldo Torre Nilson, 1957) pero también más acá en la historia *Paco Urondo, la palabra justa* (Daniel Desaloms, 2005), *Los suicidas* (Juan Villegas, 2006), *Una semana solos* (Celina Murga, 2009), entre tantos otros títulos y directores, convierte a esta nueva pantalla del *INCAA TV* en un cineclub ambulante que permite la convivencia generacional, política, cultural y estético comunicacional de obras de nuestro cine, de nuestra historia.

Bibliografía

> Martín Baerbero, Jesús (2002), "De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política", *Nueva Sociedad*, Número 175. Disponible en <http://www.nuso.org/upload/articulos/2992_1.pdf>.

> Daney, Serge (2004), "Como todas las viejas parejas el cine y la televisión han terminado por parecerse", *Cine, arte del presente*, Buenos Aires, Santiago Arcos Editor.

> Benjamin, Walter (2007). "La obra de arte en la época de su reproductividad técnica", *Conceptos de Filosofía de la Historia*, Buenos Aires, Ediciones Terramar.

> Getino, Octavio (2005), *Cine Argentino: Entre lo posible y lo deseable*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus.

> Peña, Fernando Martín (2012), *Cien años de Cine Argentino*, Buenos Aires, Editorial

> Ranciere, Jacques (2011), *El destino de las imágenes*, Buenos Aires, Prometeo Libros.

> Williams, Raymond (2011), *Televisión, Tecnología y Forma cultural*, Buenos Aires, Paidós Estudios de Comunicación.

El conurbano bonaerense y las emisoras de baja potencia. Panorama y desafíos frente a la Ley de SCA.

Por Felipe Real

Introducción

Para llegar al "conurbano bonaerense" no hay que tomar ningún colectivo: sólo hay que sentarse en un sillón frente a un televisor para penetrar en este territorio "reflejado" en todas las pantallas. Compuesto por 24 municipios que rodean a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el "conurbano" se extiende por 2.590 km□ concentrando casi 10 millones de personas –la cuarta parte del total del país– y logrando un contundente poderío electoral.

Retratado insistentemente en las últimas décadas, se terminó por instalar un imaginario signado por la pobreza y la violencia. Su fotogenia quedó plasmada tanto en las imágenes de los saqueos a supermercados chinos como en los spots promocionales de la *Asignación Universal Por Hijo*; en las locaciones de la serie *El Puntero* (Canal 13) como también en las más celebradas películas del *Nuevo Cine Argentino*; tanto en los documentales militantes como en innumerables crónicas periodísticas.

En el artículo "Relatos sobre el conurbano bonaerense en la televisión digital argentina" analizamos realizaciones audiovisuales producidas en el marco del 1er concurso de la TV Digital, organizado por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y el Ministerio de Planificación, y planteamos que estos contenidos reaccionaban contra la imagen del conurbano instalada por los medios hegemónicos en las últimas décadas.

Podemos convenir que el *Conurbano* es un territorio en disputa. Y que los contenidos de la Televisión Digital Abierta (TDA), como discursos concientes de su intervención en el espacio público, lo hacen en sentido contrario a los imaginarios hegemónicos. Sin caer en un discurso apologético y lejos de mostrar un *Conurbano*

idílico o dar una visión turística, las narrativas impulsadas por la TDA problematizan la región y aportan una mirada compleja en el cual coexisten diferentes realidades (Murolo y Real, 2012).

Hasta ahora el conurbano bonaerense ha sido registrado, pensado y narrado "desde afuera". Sin embargo, con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual - SCA (que otorga un 33% del espectro a organizaciones sin fines de lucro) y la implementación de la Televisión Digital Terrestre con la Norma ISDV-T (que permite la inclusión de un mayor número de señales) recobraron impulso numerosas emisoras televisivas de baja potencia que ostentan un fuerte anclaje territorial y una clara vocación vecinal. En tiempos en los cuales se piensa a la televisión como un servicio público y se admite que la televisión comercial analiza los asuntos argentinos con una mirada *porteñocéntrica y palermitana*[1], la sustentabilidad de estas emisoras comunitarias es necesaria para garantizar que la democracia audiovisual también sea posible en el interior del Gran Buenos Aires.

El presente artículo busca identificar a las emisoras de baja potencia del conurbano bonaerense y describir sus características a fin de trazar sus desafíos, riesgos y posibilidades frente al nuevo escenario audiovisual posibilitado por la Ley de SCA.

Mapa visible de emisoras televisivas de baja potencia del conurbano bonaerense

El *Mapa Cultural de la Argentina* –confeccionado por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SinCA), dependiente de la Secretaría de Cultura de la Nación, informa que en toda la provincia de Buenos Aires existen 6 canales de aire (2 en Mar del Plata; 2 en Bahía Blanca; 1 en Trenque Lauquen). No obstante, no posee datos sobre los canales de baja potencia del conurbano. Como emisoras de baja potencia, consideramos a los canales de televisión por aire que alcanzan con su señal un radio de entre 1.000 metros y 150 kms emitiendo a través de la VHF (*Very High Frequency*), banda del espectro electromagnético que ocupa el rango de frecuencias de 30 MHz a 300 MHz. La aspiración de tales emisoras es participar de los concursos para licencias de emisoras sin fines de lucro y así acceder a una licencia que les permita usar la banda UHF (*Ultra High Frequency*) e ingresar a la *Televisión Digital Terrestre* (TDT).

[1]Frase frecuentemente atribuida al Coordinador General del Consejo Asesor del SATVD-T, Osvaldo Nemirovsci.

Tabla 1. Emisoras de baja potencia del conurbano bonaerense[2]

Zona: Sur – Emisoras: 16

Localidad	Canal	Nombre	Potencia	
Avellaneda	6	LZ6 Canal 6 Televisión	1000 w	Pyme
Avellaneda	4	Darío y Maxi	S/D	S/D
Wilde	5	Actual	10w	Pyme
Lanús	5	Telecreativa	10 w	Pyme
Lanús	31	TV Clip	500 kw	Coop UHF
Lanús	12	Lanús TeVe	1000 w	Pyme
Ld Zamora	29	Canal 29 TV	50 w	Pyme
Ld Zamora	10	Radiovisión	1000 w	Pyme
Turdera	31	Ciudad TV	200 w	Pyme
Ing. Bunge	5	Canal 5	100 w	Pyme
Quilmes	28	Visión Canal	300 w	Pyme
Quilmes	8	Armicoba	S/D	Pyme
Bernal	6	ALM TV	1 Kw	Pyme
F. Varela	5	Canal 5	500 w	Pyme
Ing. Allan	6	Canal 6	?	?
Berazategui	4	Canal 4	100 w	Pyme

Zona: Oeste – Emisoras: 13

Localidad	Canal	Nombre	Potencia	
Ituzaingo	5 y 28	TVA	500 w	UHF
San Justo	4	Tele Aire (ex Mega)	500 w	Pyme
Moreno	5	Canal 5 de Trujuy	150 w	Pyme
La Matanza	30	Canal 30	S/D	Pyme
La Matanza	4	Canal 4	S/D	Pyme
La Matanza	5	Canal 5	?	?
G. Catán	6	Fuego TV		Pyme

[2]Para acceder al mapa gráfico elaborado en base a estos datos originales, visitar: <https://maps.google.com/maps/ms?msid=207971669897034997895.0004d2dac5411a5527df9&tmsa=0&ll=-34.641117,-58.52417&spn=0.639491,1.234589>, consultado el 30 de junio de 2013.

Merlo	4	Canal 4 Merlo	S/D	Pyme
Haedo	8	Haedo TV	100w	Pyme
San Miguel	4	Plus		Multivisión SA
San Miguel	5	CSM	100w	Pyme
Morón	4	TVA	100w	Pyme
Pilar	5	TeVeCinco	?	Multimedio Grupo 7

Zona: Norte - Emisoras: 7

Localidad	Canal	Nombre	Potencia	
San Martín	4	Teleaire	100 w	Pyme
San Martín	5	Big Bang	1000 w	Pyme
Pacheco	108	Águila Visión	10 w	Pyme
Vicente López	5	Comunitario	100 w	Coop
Martínez	4	Comarca SI	10 w	Coop - Acivil
Boulogne	4	Boulogne	100w	Pyme
Tigre	5	Ecológico	200w	Pyme

Fuente: elaboración propia en base a datos originales, AATECO- Asociación Argentina de Teledifusoras Pyme y Comunitaria, y diferentes entidades del sector.

En este heterogéneo y amplio universo, los 36 canales afrontan disímiles condiciones de producción y su correcta caracterización ameritaría un estudio sistemático y prolongado que excede las pretensiones de este artículo.

La región, como periferia de Buenos Aires, mantiene una relación ambivalente con la "gran metrópoli" que lo deja sin las ventajas de su cercanía y sin las propias de su lejanía, condicionando el desarrollo de los canales de TV por aire y de las producciones locales. Ya que, por su vecindad con Buenos Aires –donde se producen el 66% de los contenidos audiovisuales y se producen el 90% de las ficciones[3]– el conurbano funciona como una mera locación develando una marcada inequidad productiva dentro de la misma región Metropolitana. A diferencia de lo que ocurre en el resto de las provincias, en el conurbano no existen fuertes cooperativas de servicios públicos

[3] Datos obtenidos del *Informe anual sobre contenidos de la televisión abierta argentina 2010*, realizado por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. Disponible en <http://www.afsca.gob.ar/Varios/informes/INFORME_TV_ABIERTA_ANUAL10.pdf>, consultado el 30 de junio de 2013.

capaces de sostener una emisora. Fenómeno que sucede a lo largo del interior de la provincia de Buenos Aires, donde, por ejemplo, la Cooperativa de Obras, Servicios Públicos y Servicios Sociales de Tres Arroyos Ltda. logró desarrollar *Celta TV*, una emisora emblemática de la economía solidaria que busca crecer en la era digital.

El origen: la herencia radiofónica

Para identificar las raíces de este movimiento en el conurbano bonaerense, todos los testimonios abrevan en la lucha de las emisoras de Frecuencia Modulada –mal llamadas "radios truchas"– que proliferaron con el advenimiento de la democracia:

> Hacia fines de los años '80 proliferaron por todo el territorio nacional unas 3000 emisoras radiales y se crearon en Buenos Aires los primeros canales de televisión de baja potencia. Canal 4 de Alejandro Corn, Guernica, Avellaneda y Canal 5 de Lanús, Moreno, Tigre, Ciudadela, Morón, Adrogué, Villa Lugano y Castelar compartían un transmisor casero de 4 vatios y ejercitaban el derecho al uso de frecuencias en la banda VHF (del canal 2 al 13) que, sin autorización, ampliaban y democratizaban desde abajo el poder de la emisión. La mayoría de estas experiencias fueron criminalizadas por parte del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) y la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC), sufriendo persecuciones, decomisos y allanamientos al no obtener jamás las licencias que dichos entes exigían -y a la vez- nunca otorgaron. (Fernández, 2008)

El primer canal de TV comunitaria fue el *Canal 4 de Alejandro Korn*, creado por el pionero Ricardo Filemón, un activista de la democracia audiovisual que ayudó a fundar otras emisoras. Martín García, que integró aquel movimiento de las "radios de la democracia" y durante su presidencia en *Telam* (2010-2011) se dedicó a brindar herramientas informativas a las emisoras de baja potencia acompañando las tareas de AATECO, explica: "Era una época que había muchas cosas para decir. Y hubo pioneros que tomaron la posta y se dedicaron a estudiar el tema, a difundir esta tecnología, y a instalar emisoras por todos lados para ayudar la recuperación de la democracia. Costó mucho porque eran perseguidos por el COMFER y los vecinos a veces se quejaban porque provocaban interferencias"[4].

A finales de la década de 1990, también proliferaron diferentes emisoras de la llamada "Televisión Piquetera" entre las que se destacó *Canal 5 de Claypole*, integra-

[4]Declaraciones de Martín García en junio de 2007, en el marco de la Cena Oesterheld.

do por el Movimiento de Trabajadores Desocupados (MTD), y la mítica *TV Utopías*, que transmitía desde la torre del Hogar Obrero, en Caballito. Todas estas señales se fueron contactando entre sí a través de foros y agrupando por afinidades políticas, especialmente, ante la necesidad de enfrentar al viejo COMFER, no sólo para obtener licencias sino también para evitar el cierre y el decomiso de equipos.

Con su nombre, muchas emisoras aluden a un origen radiofónico, como *Radiovisión* de Lomas de Zamora o la misma *Ciudad TV*. Que remite a *FM Ciudades,* radio fundada por un grupo de (por entonces) jóvenes peronistas, entre los que se encontraba Gabriel Mariotto, hoy vicegobernador de la Provincia de Buenos Aires.

De cierta forma, las televisoras de baja potencia repiten el camino trazado por los pioneros de la radio y la televisión argentina. Como es sabido, los empresarios, técnicos y artistas de la primera etapa de la radiodifusión nacional migraron hacia la incipiente industria cinematográfica y, luego, hacia la televisión. El hombre que encarnó este proceso fue Enrique Telémaco Susini (1891-1972), quien no sólo participó en 1920 del episodio fundacional de la radiofonía sino que en 1931 fundó los estudios cinematográficos Lumiton, y en 1951 se desempeñó como el Director General de la primera transmisión de televisión en Argentina realizada por Canal 7. Debido a su origen, varios de los propietarios de los canales de baja potencia tuvieron o poseen radios AM y FM en la misma zona conformando, o aspirando a conformar, pequeños multimedios locales.

Una de las emisoras más añejas y en funciones de AATECO es *Teleaire* de San Martín. La emisora, fundada en 1993 y dirigida desde entonces por Alberto Cayetano Martínez, continúa al aire impulsando siempre la lucha por la obtención de licencias. Otras emisoras de baja potencia han sido fundadas en víspera de la sanción de la Ley de SCA con la esperanza de participar en el proceso democratizador. Por su parte, canales como *Teleaire* y *Lanús TeVe* alcanzan las 12 horas diarias de emisión de manera sostenida y constante, mientras otras tantas emisoras salen al aire en un menor rango horario, y otras lo hacen sólo de forma esporádica o aleatoria.

El presente: entre la producción local y el acceso a los contenidos nacionales

La programación de los canales de baja potencia es "aluvional" y generalista. Hasta ahora, pocas emisoras optaron por construir perfiles especializados en ciertos temas para orientarse a un determinado grupo de espectadores (edades, sexo, nivel educativo, nivel económico, hobbies, etcétera). Mayoritariamente, no prefirieron

contenidos específicos sino generalistas que les permitan construir una identidad a partir de un fuerte anclaje local y de fomentar la participación ciudadana invitando a instituciones y vecinos a producir sus propios programas.

Como un buen ejemplo de programación diferenciada, puede mencionarse a *Lanús TeVe* que se caracteriza por sus contenidos centrados en Arte, Gobierno Local, Deporte y Derechos Humanos. A su vez, se destaca por poseer un gran nivel de programas infantiles con marionetas provistas por el estudio *Escaleno*, un taller de referencia a nivel nacional que produjo los muñecos de programas como el legendario *Canal K*. *Lanús TeVe* cuenta con un staff joven y una división de las tareas acorde a criterios profesionales.

Otro buen ejemplo es *Canal 5 Ecológico* de Tigre, fundado en 1988, cuyos contenidos están dedicados a la difusión de las ideas conservacionistas en un municipio que atrae a aquellos que quieren "vivir en contacto con la naturaleza". También es destacable el desempeño de *Comarca SI* (administrado por la Asociación Civil Martín Castellucci) orientado a la producción de programas políticos de estudio con invitados de primer nivel. Desde su web oficial la Asociación informa:

> Hace más de una década que advertimos la necesidad de expresarnos por medios alternativos (...) y hace tres años desde la Asociación Civil Martín Castellucci, creada por los padres y amigos de quien fuera desgraciada víctima de la nocturnidad, para convertir en virtuoso el dolor, luchando contra la discriminación, contra la violencia y por los derechos de los jóvenes y de toda la comunidad[5].

En estos canales predominan los programas de piso, las producciones periodísticas, los magazines de entretenimiento o música, y raramente producen ficción. En muchos casos la modalidad de producción está signada por la informalidad: de los grandes canales sólo imitan la tercerización aspirando a derivar costos al productor independiente y a compartir las ganancias producidas por los anunciantes.

El acceso a los diferentes bancos de contenidos gestionados por el Estado se ha dificultado por carecer de licencias provocando que, por ese motivo, no puedan emitir formalmente las producciones audiovisuales del Banco de Contenidos Universales Audiovisuales (BACUA).

El canal *Dario y Maxi* es el único de la región que adhiere al Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias. El mismo se trata de un conjunto de 7 canales de todo el país (*Barricada TV*, *Faro TV*, *En Movimiento TV*, *Pachamerica TV*, *Cine Insurgente* y *TV PTS*) que, desde una militancia "combativa", se muestran

[5] *Comarca Si*: <http://www.comarcasi.com.ar/>, consultado el 30 de junio de 2013.

críticos de las actuales políticas audiovisuales y exigen la apertura de "concursos incluyentes" alegando que "los requisitos para acceder al concurso contemplen las características de producción y sustentabilidad específicas del sector, ya que de no ser así, el Estado seguirá excluyendo a los medios comunitarios, alternativos y populares de su postergado derecho al reconocimiento legal"[6]. Este espacio alude a la a resolución 686/11 del AFSCA que llamó a concurso para 220 canales con y sin fines de lucro, y que fuera suspendida por el organismo oficial el 23 de junio de 2012. Sin embargo, en los últimos meses de 2013 el AFSCA autorizó a un total de 33 señales de televisión comunitaria y de baja frecuencia, entre los que se encuentran *Canal 6* de Moreno, *Canal 5* de San Miguel, y la mencionada *Barricada TV*.

La mayoría de las emisoras funcionan de la misma forma que las pequeñas Pymes que abundan en el Gran Buenos Aires: presentan un fuerte carácter familiar, con propietarios que concentran innumerables tareas (desde la administración y roles técnicos hasta la conducción del programa y la búsqueda de anunciantes) y poseen unos pocos empleados en contrataciones no formales. También enfrentan los mismos problemas que las Pymes: dificultad para acceder al crédito; problemas para capacitar y retener a los empleados; dificultades para renovar tecnología; problemas para calcular costos, garantizar su sustentabilidad y encontrar su modelo de negocios.

Desafíos en un escenario en transición

Cuando fundaron los primeros canales de AATECO, en 1988, antes de la etapa de privatizaciones de los medios de comunicación, se estimaba que en Argentina había 500 mil suscriptores de cable, apenas el 8% de la población. Hoy, la Argentina es el tercer país de América con mayor penetración de la TV de Cable por hogar, y la cuarta a nivel mundial, con el 56%.

Actualmente, según datos provistos por *Latin American Multichannel Advertising Councli*[7], en 2013 la penetración de la TV paga en la Ciudad Autónoma de Buenos

[6]Espacio Abierto de Televisoras Populares, Alternativas y Comunitarias en Comunicado Televisión Digital: *¿Para quién es la democratización?*, 30 de julio de 2011. Disponible en <https://docs.google.com/file/d/0BwdUFm2EGRiIdTdOaC1xRzU3OFk/edit?pli=1>, consultado el 30 de junio de 2013

[7]Los datos fueron extraídos del informe TV Paga en Argentina 2012 preparado anualmente por *Latin American Multichannel Advertising Council* (L.A.M.A.C.), asociación sin fines de lucro, comprendida por más de 40 cadenas televisivas pertenecientes a los grupos *Discovery*, FOX, OLE, *Sony* y *Turner*. Su propósito es desarrollar recursos definitivos que serán utilizados para medir la presencia y la efectividad de la publicidad. Disponible en <http://www.lamac.org/argentina/publicaciones/investigaciones/informe-de-tv-paga-nacional-2012>, consultado el 30 de junio de 2013

Aires es del 86%, en el Gran Buenos Aires es del 79% y en la provincia de Buenos Aires es del 74%. Con lo cual, los canales de AATECO estarían transmitiendo para el 21% de los hogares.

A su vez, la composición social de la TV abierta corresponde el 64,44% al NES Bajo en las categorías D1 y D2; un 23,15% a un NES medio (categoría C3), y el 12,41% a un NES alto (BC1 y C2) frente al 23,91% de la misma categoría, el 32,72% del NES medio y el 43,37% del escalón inferior de la pirámide de marketing. De esta forma, los canales de AATECO se dirigen no solo a una audiencia claramente minoritaria (el 21% del total) sino que, además, está dominada por los segmentos de menos poder adquisitivo y menores índices de escolaridad. Esta segmentación presenta un doble desafío: por un lado, el desarrollo de productos que no desprecien a esa audiencia y, por otro, un desarrollo comercial que le permita a los canales lograr un punto de equilibrio económico a través de equipos de venta muy bien preparados.

Por ese motivo y, ante el apagón digital previsto para 2019, las emisoras necesitan un modelo de negocios que le permitan sostenerse en el tiempo y proyectarse en la era digital.

El futuro: la emergencia de la economía solidaria como forma de sustentabilidad

Como conclusiones, podemos plantear que hasta ahora pocas emisoras lograron incluir la alta densidad poblacional en una ecuación económica que les permita sostenerse y avanzar para afrontar las inversiones que requieren los llamados a concurso y la digitalización.

Si bien en la provincia de Buenos Aires funcionan con éxito canales cooperativos vinculados a firmas de servicios públicos, las emisoras del conurbano que han sido fundadas como "cooperativas", lo hicieron sin una entidad cooperativa mayor que pretenda sostener económicamente el canal para incidir en la opinión pública local o hasta lograr la maduración del negocio.

Estas emisoras no sólo afrontan el cierre y desaparición sino también corren el riesgo de ser compradas por parte de compañías de mayor escala, como se observa en el caso de *TeVeCinco* de Pilar, adquirido por el multimedio *Grupo 7*, y *Plus* de San Miguel, que desde hace 5 años forma parte de *Multivisión SA*.

La reciente creación de la *Cooperativa de Servicios Trama Audiovisual*, integrada por 39 organizaciones, cooperativas, mutuales y Pymes e impulsada por el programa *Usina de Medios* del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Solidaria

(INAES), es el primer proyecto colectivo destinado a brindar vialidad a los canales sin fines de lucro. Entre sus objetivos se encuentra darle voz al sector de la economía solidaria; negociar con las principales cooperativas del país pautas publicitarias para sus adheridos; organizar *pools* para comprar equipamiento tecnológico o contenidos; e impulsar coproducciones entre las productoras cooperativas y Pymes.

A modo de cierre: la organización como fuente de conquistas

Este novedoso proyecto colaborativo citado más arriba, vinculado a la economía solidaria, podría ayudar e inspirar tanto a los canales como productores en busca de soluciones a sus aparentes limitaciones. Los canales de la región pueden aprovechar la cercanía y los problemas comunes para canalizar una iniciativa similar en torno a ciertos tópicos e, incluso, conformar una cadena regional de emisoras de baja potencia y operar como una suerte de consorcio. Agremiadas, las emisoras podrían convertirse en una herramienta política relevante en una subregión de un influyente peso electoral y su llegada a bastos sectores populares podría interesar a empresas de segunda línea que quieren promocionar sus productos sin poder afrontar los costos de una campaña publicitaria en los canales del *mainsytrean*. Al mismo tiempo, podrían solicitar que el AFSCA, el Instituto Nacional del Cine y las Artes Audiovisuales (INCAA) y otras instituciones pertinentes contemplen categorías de producción acordes a las especificidades del conurbano para incluirlos en sus estudios estadísticos, conocer sus demandas y trazar políticas focalizadas.

Para lograr contenidos de calidad, los canales de baja potencia del conurbano no sólo deben acceder a las producciones del BACUA, TELAM, el INCAA, el Programa Polos Audiovisuales o el Centro de Promoción e Investigación Audiovisual (CePIA). Esencialmente, deben comprender las formas profesionales de producción, coproducción y sus modalidades contractuales para incluir de manera "profesionalizante" a los estudiantes de cine y comunicación, y vincularse formalmente con las universidades públicas a fin de ensayar formatos, géneros y producciones acordes a los presupuestos de cada emisora y a las necesidades propias de cada zona del conurbano. Esto contribuiría a mantener la vocación vecinal de las emisoras, a generar puestos de trabajo para técnicos y, principalmente, a "federalizar" la producción de contenidos en el interior de la región metropolitana evitando así que la mayor parte de sus imágenes continúen siendo producidas en unas pocas manzanas de Buenos Aires.

La construcción de una democracia audiovisual necesita que, en los próximos años, las emisoras de baja potencia del conurbano logren conformar proyectos via-

bles de TDA y evolucionar tecnológicamente para alcanzar los estándares de calidad. Si no lo logran, el destino de estos 24 populosos municipios del Gran Buenos Aires no será otro que continuar siendo relatados por los medios externos a la subregión, sin contar jamás con una voz propia.

Bibliografía

- Alfonso, Alfredo, "Itinerarios audiovisuales de la crisis argentina de 2001", en *Imágenes de la crisis en Argentina*. La Plata, EDUP, 2006.
- Fernández, María Cecilia, "Utopías en el aire" en *Revista digital Agora TV. Disponible en* www.agoratv.org., consultado el 30 de junio de 2013.
- Murolo, Leonardo y Real, Felipe, "Relatos sobre el conurbano bonaerense en la televisión digital argentina" en *Construyendo Historia(s) Ver para creer en la televisión – Relatos y narrativas en la televisión digital argentina,* Ediciones EPC, La Plata, 2012.
- Cáceres, Luciana; Nicolosi, Alejandra; González, Yesica; Rodríguez, Carina, "Democratización y ficción televisiva. Formatos, géneros y temáticas en el nuevo escenario audiovisual" en *Construyendo Historia(s) Ver para creer en la televisión – Relatos y narrativas en la televisión digital argentina*, Ediciones EPC, La Plata, 2012.
- Getino, Octavio, *El capital de la cultura. Las industrias culturales en Argentina y la integración MERCOSUR*, Parlamento Cultural del MERCOSUR (PARCUM), Buenos Aires, 2006.
- Marrone, Irene y Moyano Walker, Mercedes, *Disrupción Social y Boom Documental Cinematográfico – Argentina en los años sesenta y noventa*, Buenos Aires, 2011, Biblos.
- Kirzner, Damián, "Los contenidos de la nueva TV Cooperativa", en *Economía Solidaria hacia un Nuevo Mapa de Comunicación,* Usina de Medios (COOPERAR-INAES), Buenos Aires, 2012.

Autores

Por orden alfabético

- **Adrián Maglieri**

  Licenciado en Comunicación Social y Magister en Industrias Culturales por la Universidad Nacional de Quilmes. Fotógrafo y docente. Cofundador de la organización I+C Industria más Cultura. Coordinador de prensa del Centro de Artes Identidad Sur. Trabajó en la Secretaria de Prensa del Municipio de Berazategui (2009-2012) y fue Coordinador de políticas en Industrias Culturales del Municipio de Berazategui (2010-2012).

- **Alejandra Pía Nicolosi**

  Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Quilmes, magíster en Ciencias de la Comunicación por la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de San Pablo, Brasil, y doctoranda en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata. Investigadora y profesora adjunta ordinaria de Comunicación Social en la UNQ. Directora del "Observatorio de Ficción Televisiva en la TV Pública", radicado en la UNQ. Durante 2006-2009, fue investigadora, para Brasil, del "Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva" (Obitel). Ha publicado numerosos artículos y ponencias sobre telenovela y ficción televisiva, tanto a nivel nacional como internacional. Además, es fotógrafa con especial desempeño en fotografía de teatro. Desde 2013, es miembro de la Red de Fotógrafos de Teatro Comunitario.

- **Alejandra Vargas**

  Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba, y doctoranda en Comunicación por la misma universidad. Docente y Directora del

Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Ha realizado estudios de formación especializada en el Departamento de Sociología de City University (Londres, Reino Unido). Investigadora del Área Interdisciplinaria de Estudios de la Mujer y del Género; y de la Unidad de Investigación en Comunicación, Cultura y Sociedad. Miembro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIC), donde coordina el Grupo de Trabajo "Comunicación y Ciudad". Coordinadora de la cabecera UNJu del Polo NOA del Programa de Polos y Nodos, y representante de la UNJu ante la Red Nacional Audiovisual Universitaria.

- **Alfredo Alfonso**

  Profesor Titular Ordinario de las Universidades Nacionales de Quilmes y La Plata. Profesor del Doctorado en Comunicación (UNLP), de las Maestrías en Ciencias Sociales y en Industrias Culturales (UNQ) y de Periodismo y Medios de Comunicación (UNLP-UTPBA). Investigador Categoría I. Coordinador del Grupo Temático Comunicación y Estudios Socioculturales de ALAIC. Editor Adjunto de la Revista con referato de ALAIC. Ha dirigido tesis doctorales finalizadas y de maestría finalizadas. Dirige becarios CONICET, CIC, de la UNQ y de la UNLP. Es Secretario General de la UNQ desde 2008. Integra el Observatorio del Sector Audiovisual de la República Argentina. Director del Programa Transversal de Adaptación y Desarrollo de la TV Digital en la UNQ. Dirige e integra diversos proyectos de investigación sobre comunicación audiovisual, tanto a nivel nacional como internacional. Es Secretario General de la Universidad Nacional de Quilmes.

- **Andrés Caetano**

  Licenciado y Profesor en Comunicación Social, por la Universidad Nacional de La Plata. Docente e investigador en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, sede La Plata. Mención del Premio Rodolfo Walsh (FPyCS.UNLP) por la tesis de grado "La izquierda entre medios. Los Medios de Comunicación en la política comunicacional del Encuentro Progresista – Frente Amplio".

- **Carina Rodríguez**

  Licenciada en Comunicación Social, magíster en Industrias Culturales por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y doctoranda en Comunicación por la Uni-

versidad Nacional de La Plata. Desde 2009, ha participado en varios programas de investigación en la UNQ sobre políticas públicas de comunicación. Integra proyectos de investigación sobre televisión digital e participa del "Observatorio de Ficción Televisiva en la TV Pública", radicado en dicha Universidad. Su tema central de investigaión es el cine y televisión de terror en Argentina.

- **Cristian Caraballo**

  Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Quilmes. Investigador en el proyecto "Contenidos Audiovisuales digitales en el contexto de los nuevos servicios de comunicación audiovisual. Políticas, actores y narrativas. Período 2010/2011" en la UNQ. Becario del Programa de Estímulo a la Investigación Científica del Consejo Interuniversitario Nacional. Ganador del Concurso de Contenidos Audiovisuales "La Universidad y su contexto social" (UNQ). Productor periodístico de "Q. Noticias", noticiero de la Universidad Nacional de Quilmes.

- **Felipe Real**

  Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Quilmes. Actualmente, cursa la especialización en Comunicación Audiovisual Digital en la misma Universidad. Es investigador en el Observatorio de Ficción Televisiva en la TV Pública", radicado en la UNQ. Periodista, guionista y realizador audiovisual. Como guionista e investigador periodístico se desempeñó en los documentales "Acciones Telefónicas" (2003), ganador del Premio UNQ-Banco Río y "Tierra Prometida, El periplo de los aborígenes Tobas" (2008), galardonada con el Premio Ciudoc. En 2010, dirigió la serie documental "El conurbano es historia" (2010), seleccionada en el 1er concurso de la TV Digital.

- **Germán Calvi**

  Ingeniero, Especialista en Formulación de Proyectos de Inversión por la Univeridad Nacional de Rio Cuarto. Gerente de la Gerencia de Fomento a la Producción de Contenidos para Televisión, Internet y Videojuegos del INCAA. Coordinador General del Plan Operativo de Promoción y Fomento de Contenidos Audiovisuales Digitales (2010 - 2012). Coordinador General de la Unidad Técnica del Programa DOCTV Latinoamérica II (2009 - 2010).

- **Juan Manuel Bellini**

  Ayudante de la cátedra Análisis y Crítica de Medios de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Integra el equipo del portal periodístico "Otros Círculos". Colaborador en el programa "Panorama del Cine" que se emite por AM Universidad.

- **Norberto Leonardo Murolo**

  Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Quilmes, donde se graduó con Medalla de Oro al desempeño académico. Doctorando en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata. Docente-investigador de la misma casa de estudios y de la Universidad Nacional de La Plata. Integra el proyecto de Investigación "Televisión pública digital argentina. Análisis de canal 7, canal Paka Paka y canal ACUA Federal/Mayor en el período 2013-2014". Coordina el eje "Identidades y Sujetos" del Instituto de Investigaciones en Comunicación (IICOM) de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS) de la UNLP. Becario de posgrado del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

- **Lía Gómez**

  Licenciada en Comunicación Social y doctoranda en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata. Becaria de Investigación UNLP 2012 – 2014. Profesora Adjunta de Análisis y Crítica de Medios en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, sede La Plata. Coordinadora de la Especialización en Comunicación Digital Audiovisual de la Universidad Nacional de Quilmes. Directora General, curadora y programadora del Festival de Cine Latinoamericano de La Plata. Coordinadora de la línea de investigación en "Arte/s e Interpretacion/es" del Instituto de Investigación en Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata.

- **Luciana Aon**

  Licenciada en Comunicación Social por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata y doctoranda en Comunicación por la misma Universidad. En su Tesis de Grado investigó la construcción de la memoria sobre el terrorismo de estado en la serie *Manos Anónimas* del artista plástico argentino Carlos Alonso (2008). Becaria Tipo B de la UNLP. Trabaja desde el eje cine y memoria, las representaciones que construyen los documentales dirigidos por *hijos de desaparecidos* por el terrorismo de Estado de los años '70. Además,

realiza la especialización en Crítica de cine en El Amante/Escuela. Coordina la línea de investigación en "Arte/s e Interpretacion/es" del Instituto de Investigación en Comunicación.

- **Luciana Cáceres**

  Licenciada en Comunicación por la Universidad Nacional de Quilmes, se graduó con Medalla de Oro al desempeño académico. Doctoranda en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata. Integra del proyecto de investigación "Televisión pública digital argentina. Análisis de canal 7, canal Paka Paka y canal ACUA Federal/Mayor en el período 2013-2014" radicado en la UNQ. Becaria por la CIC y por la UNQ.

- **Lucrecia Cardoso**

  Vicepresidenta del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Gerenta de Acción Federal del INCAA (2008 a 2012). Se desempeñó como Gerenta de Acción Federal del INCAA (2008-2011) y como miembro del Gabinete del Canciller y MERCOSUR, Ministerio de Relaciones Exteriores (2003-2008).

- **María Eugenia Rosboch**

  Investigadora categoría II del Programa de Incentivos de la Universidad Nacional de La Plata y Profesora Titular Ordinaria de la cátedra "Culturas Populares y Deporte" de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Licenciada en Comunicación Social (UNLP), magíster en Comunicación (Universidad Iberoamericana de México) y Dra. en Antropología (CIESAS D.F., México). Directora del Laboratorio de Investigaciones en Lazos Socio-Urbanos (LILSU), de la Estancia de Investigación Posdoctoral en Comunicación, Medios y Cultura, así como de becas y tesis de grado y posgrado. Cuenta con dos libros publicados y numerosos artículos. Tiene una amplia participación en eventos académicos. Actualmente, se dedica al estudio de los lazos sociales que se producen en espacios barriales de producción de sentido.

- **Mónica Rubalcaba**

  Profesora en Letras por la Universidad Nacional de La Plata, donde cursó también la Maestría en Escritura y Alfabetización, cuya tesis gira en torno a la narrativa del escritor Pablo Ramos. Investigadora y docente ordinaria de la Universidad Nacio-

nal de Quilmes Formadora de docentes en la provincia de Buenos Aires (donde es coautora del Diseño Curricular para Primaria en Prácticas del Lenguaje) y en San Pablo, Brasil. Docente en la Universidad Pedagógica (UNIPE) en la Licenciatura en la Enseñanza de Prácticas de Lectura y Escritura. Ha publicado diversos artículos vinculados a la lectura y la escritura, y fue asesora de una colección didáctica para la editorial "Melhoramentos" en Brasil.

- **Néstor Daniel González**

  Magister en Comunicación Social por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Coordinador de Gestión Académica del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Quilmes. Profesor e Investigador de la UNQ y la FPyCS de la UNLP. Director del proyecto "Contenidos Audiovisuales digitales en el contexto de los nuevos servicios de comunicación audiovisual. Políticas, actores y narrativas. Período 2010/2011" en la UNQ. Miembro del Consejo Federal de la Comunicación Audiovisual (COFECA) en representación de las universidades públicas con carreras de comunicación.

- **Soledad Vanina López**

  Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Quilmes, maestranda en Sociología de la Cultura por el IDAES UNSAM y doctoranda en Ciencias Sociales por la UNQ. En su tesis de grado analizó la saga de humor e hibridación de géneros televisivos desde *De la Cabeza* hasta *Peter Capusotto y sus videos*. Integra diversos proyectos de Investigación sobre televisión pública. Becaria de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires. Ha realizado una estancia doctoral en la Universidade de Coimbra, Portugal, financiada por las becas ARTESS en convenio con la Unión Europea. Participa de jornadas científicas y publica artículos sobre televisión pública y comunicación pública de la ciencia.

- **Verónica Fiorito**

  Directora General de PakaPaka, el canal infantil del Ministerio de Educación de la Nación. Se desempeñó como Directora General de Canal Encuentro y anteriormente formó parte del equipo que puso en marcha el proyecto PakaPaka. Es reconocida por haber participado en la realización de destacados largometrajes,

cuenta con una sólida trayectoria en el campo de la producción de TV y Cine. También se destaca su participación en el ámbito académico y en la organización de festivales nacionales e internacionales.

- **Víctor Arancibia**

  Magíster en Estudios Históricos y Culturales de Frontera. Profesor Adjunto a cargo de Introducción a las Teorías de la Comunicación Social, Semiótica de la Cultura y Semiótica Audiovisual en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Salta, de la cual fue uno de los fundadores y su primer director electo. Dicta cursos en doctorados y maestrías de universidades nacionales. Posee numerosas publicaciones nacionales e internacionales sobre representaciones sociales, producciones audiovisuales, análisis de las imágenes. Codirige proyectos de investigación. Ha dirigido documentales, videos de ficción y programas televisivos por los cuales ha recibido premios nacionales. Columnista invitado en radios, medios gráficos provinciales y nacionales. Miembro fundador de los colectivos de periodistas y comunicadores.

- **Virginia Cáneva**

  Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata y doctoranda en Comunicación (FPyCS - UNLP). Jefe de Trabajos Prácticos Ordinario en la cátedra "Culturas Populares y Deporte" de la Tecnicatura Superior en Periodismo Deportivo de la FPyCS - UNLP. Becaria, investigadora y coordinadora de proyectos de extensión de la misma universidad. Ha publicado trabajos sobre ciudad, espacio público, instituciones barriales, Clubes Sociales y Deportivos, y organizaciones Autoconvocadas.

- **Yésica Maia González**

  Estudiante avanzada de la Licenciatura y del Profesorado en Comunicación Social en la Universidad Nacional de Quilmes. Investigadora en formación en los proyectos: "Televisión pública digital argentina. Análisis de canal 7, canal Paka Paka y canal ACUA Federal/Mayor en el período 2013-2014", y el "Observatorio de Ficción Televisiva en la TV Pública", desarrollados en la UNQ.

Este libro se terminó de imprimir
en Tecnooffset
en el mes de marzo de 2014

El Programa Transversal de Adaptación y Desarrollo de la TV Digital de la Universidad Nacional de Quilmes nace en 2010, en el marco del lanzamiento de la Televisión Digital Terrestre y en consonancia con las políticas nacionales de comunicación que buscan promover la inclusión social y la diversidad cultural a través del acceso a la tecnología digital y la democratización de la información. Sus objetivos principales son desarrollar formatos, aplicaciones y producciones educativas audiovisuales; ejecutar y difundir proyectos e investigaciones; realizar encuentros académicos de reflexión y debate; fomentar la producción de contenidos audiovisuales digitales, y realizar cursos y talleres de capacitación.

Para mayor información visitar http://tvdigital.unq.edu.ar.

La televisión en la década kirchnerista

Democracia audiovisual y batalla cultural

Este libro que desarrollamos en el marco del *Observatorio del Sector Audiovisual de la República Argentina* es fruto del trabajo colectivo -intenso y riguroso- de investigadores, realizadores y actores del sector público comprometidos con la comunicación como derecho inalienable y con la investigación académica como perspectiva política.

La televisión en la década kirchnerista. Democracia audiovisual y batalla cultural busca ser una puerta de entrada para comprender un periodo clave en la historia de la comunicación audiovisual en Argentina. Un periodo en que el Estado reasumió la garantía de derechos ciudadanos y una nueva Ley de SCA como deuda histórica de la democracia. En este sentido, la televisión en la década *kirchnerista* no puede concebirse aislada de una política de la memoria que entiende que el pasado no está formado apenas por hechos sino también por tensiones y disputas que desestabilizan el presente y alientan el futuro. La televisión, sacudida de su inercia en la década *kirchnerista*, renueva sus imágenes y batalla por nuevos sentidos sobre la nación, lo local, las identidades, la vida cotidiana.

PROGRAMA TRANSVERSAL TVDIGITAL

Universidad Nacional de Quilmes