



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



Universidad
Nacional
de Quilmes

Espada, Agustín

Medios públicos y kirchnerismo : Radio Nacional, aumento presupuestario y pluralidad de voces



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:

Espada, A. (2016). Medios públicos y kirchnerismo: Radio Nacional, aumento presupuestario y pluralidad de voces. Divulgatio, 1(1). Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/261>

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

Medios públicos y kirchnerismo. Radio Nacional, aumento presupuestario y pluralidad de voces

Public media and kirchnerismo. Radio Nacional, budget increase and diversity of voices

ARTÍCULO

Agustín Espada

Universidad Nacional de Quilmes; Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina.

aeespada@gmail.com

Recibido: junio del 2016

Aceptado: agosto del 2016

Resumen

En Latinoamérica, en particular en Argentina, la gestión de los servicios públicos de radiodifusión ha variado al ritmo de los cambios de gobierno. Sin embargo, la concepción de los “servicios públicos de radiodifusión” como entes y medios gubernamentales se sostuvo de manera constante a lo largo del tiempo.

Este trabajo se propone estudiar la gestión de este tipo de servicios y su definición conceptual en un escenario concreto dado por el período de gobiernos kirchneristas (2003-2015). Para esto se toma como objeto de estudio a Radio Nacional. De esta manera, el objetivo consiste en demostrar de qué forma se manifiestan los cambios políticos en el desarrollo del servicio público de radiodifusión más antiguo del país.

Palabras claves: Medios públicos; Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual; Kirchnerismo; Dependencia política

Abstract

In Latin America, and therefore in Argentina, the management of public broadcasting service has changed to heat and pace of change of government. This implies that, beyond changes in management, the concept of "public broadcasting service" as governmental entities and media held steadily over time.

This paper intends to approach the management of these services and their conceptual definition in a particular setting given by the period of government of the kirchneristas (2003-2015). To address this matter, the National Radio is taken as the object of study. Thus, the

objective is to demonstrate how politics and policies changes are manifested in the development of the country's oldest public broadcasting service.

Keywords: Public media; Audiovisual Communication Services Act; Kirchnerismo; Political dependence

1- Introducción. Gobiernos de nueva izquierda y medios públicos

Los gobiernos kirchneristas que se sucedieron en Argentina del año 2003 al 2015 se insertaron en un contexto regional de cambios políticos (también sociales y económicos, de distinto tenor y caracterización). Esta transformación política regional pudo definirse con el surgimiento de los gobiernos progresistas o de nueva izquierda en diferentes países de la región latinoamericana¹. Estos modelos se caracterizaron, según Cameron (2009, p. 3), por la presencia de líderes políticos y partidarios que utilizan el poder del Estado para mermar el de los mercados, modifican las relaciones Estado-sociedad, apelan a construcciones de “lo popular” en su discurso político y tienen un compromiso con la democracia electoral.

Sobre los mismos gobiernos, Badillo, Mastrini y Marengi (2012, p. 107) sostienen tres características principales: el rol intervencionista del Estado como regulador y como productor; “la preocupación –al menos retórica y a menudo sustantiva- por la redistribución y la justicia social”; y el impulso del espacio público y de la sociedad civil como un espacio de disputa política.

Así como estos rasgos definen la actitud de política económica, y social de estos movimientos, también lo hacen con sus políticas de comunicación. Para Kitzberger (2010, p. 7) que estos gobiernos definan a los medios de comunicación como un ámbito de expresión y de sostenimiento de las prácticas, los sentidos y sentimientos de los movimientos neoliberales constituye la piedra basal sobre la que se disparan tres líneas de acción para intervenir en este ecosistema. La primera de ellas se relaciona con la actitud crítica hacia los principales actores del sistema de medios de comunicación, la segunda consiste en la participación activa en el “mercado” de discursos con una voz presente a través de un estilo de comunicación pública directa y la tercera es la re-regulación del sistema.

¹ Comienza con la elección de Hugo Chávez en Venezuela en 1998 y recorre gran parte del continente en la actualidad donde se incorporan gobiernos de distintos matices. La literatura existente ubica las presidencias en Brasil de Luis Inácio “Lula” da Silva (2003-2011) y de Dilma Rousseff (2011-), en Bolivia las de Evo Morales (2006-), en Chile las de Ricardo Lagos (2000-2006) y Michelle Bachelet (2006-2010 y 2014-), en Uruguay las de Tabaré Vázquez (2005-2010, 2015-) y José Mujica (2010-2015), en Argentina las de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), en Ecuador las de Rafael Correa (2007-), en Paraguay la de Fernando Lugo (2008-2012), en Nicaragua la de Daniel Ortega (2007-) y en El Salvador la de Mauricio Funes (2009-).

El mismo autor sostiene que el nuevo esquema regulatorio diseñado por estos gobiernos populistas persigue tres tipos de objetivos que se manifiestan en diferente grado en cada una de ellas: la limitación a la concentración del mercado, el empoderamiento de los medios públicos y el reconocimiento del sector comunitario o sin fin de lucro como sujeto del derecho a la comunicación. Natanson (2010, p. 51) suma una cuarta característica y es que en algunos casos –como en Ecuador- estas nuevas leyes² se acercan “peligrosamente” al control de contenidos.

El objeto del presente trabajo lleva a detenerse en la segunda de estas características: el empoderamiento o relanzamiento de los medios públicos. Como parte del objetivo de los movimientos políticos de transformarse en sujetos activos del “mercado de discursos” en los medios de comunicación, se han reforzado y creado distintos sistemas de medios públicos a lo largo del continente³. En algunas ocasiones, estos sistemas proponen nuevas fuentes de financiamiento y de gestión que los hacen independientes de los humores de los gobiernos de turno como el caso de la Empresa Brasileira de Comunicación (Murilo, 2010, p. 26). Sin embargo, gran parte de estas experiencias muestra una continuidad con las líneas de gestión y de concepción de los medios públicos en la región: la instrumentación de los mismos para la expresión de las políticas y los discursos gubernamentales (Kitzberger, 2010; Natanson, 2010; Murilo, 2010).

En este punto es en donde se ponen en cuestión algunas características necesarias del servicio público de radiodifusión. Para Tremblay (1988, p. 57), el servicio público se define como una actividad que es de interés general para una cierta comunidad y que, como tal, no puede dejarse librada al ritmo del mercado. La necesaria intervención del Estado se resuelve en los planos de la regulación y del control del cumplimiento de esos servicios con tres reglas básicas de funcionamiento: la continuidad, la mutabilidad y la universalidad.

Antonio Pasquali (1991), uno de los defensores latinoamericanos más reconocidos de la importancia de los servicios públicos de radiodifusión, suma otras cuatro características que deben tener este tipo de medios: independencia económica de criterios

² La ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009) de Argentina, la reglamentación de la ley de TV paga de Brasil (2011), la ley de TV digital de Chile (2013), la reforma constitucional de telecomunicaciones de México (2013) y la ley Orgánica de la Comunicación de Ecuador (2013), la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2014) de Uruguay o la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2004) de Venezuela son apenas algunas de las normas más conocidas entre las sancionadas en la región en la última década.

³ Ningún país gobernado por gobiernos “progresistas” carece de una señal de televisión pública. Perú (2006), Ecuador (2007), Bolivia (2009), Paraguay (2011) y Brasil (2008) crearon sus primeros canales mientras que Argentina (TVP) y Uruguay (TVN) relanzaron sus canales. Así, los sistemas de medios públicos de estos movimientos políticos están compuesto por un organismo estatal generalmente autónomo, una agencia nacional de noticias, una o varias estaciones de radio, uno o varios canales de televisión y, no en todos los casos, diarios en papel (Badillo, Mastrini y Marengi, 2012).

comerciales, independencia política de los gobiernos de turno, alcance nacional –similar a la idea de universalidad de Tremblay- y federalismo.

Para Becerra (2015, p. 86), los medios públicos en Latinoamérica se han desarrollado siguiendo las líneas políticas de los gobiernos de turno lo cual ha devenido en una gestión de tipo instrumental con una perspectiva clientelar –de estilo político- de la audiencia. Este tipo de gestión se ha desarrollado producto de un esquema de financiamiento estrictamente dependiente de las partidas presupuestarias definidas por los poderes ejecutivos y se ha manifestado en la discontinuidad de modelos artísticos y periodísticos en las emisoras. De esta forma, las principales consecuencias de este sistemático rompimiento del contrato de lectura fueron, históricamente, el bajo nivel de audiencia, la poca participación ciudadana y, por último, la pérdida de su función pública.

El análisis de la gestión de Radio Nacional Argentina durante los gobiernos kirchneristas busca, entonces, describir los efectos que sus políticas de comunicación tuvieron en el medio público más antiguo de este país. Este análisis seguirá las líneas enumeradas por Becerra (2015, p. 90) para quien este tipo de estudio indaga sobre “la cobertura geográfica y social; sus contenidos, específicamente su línea editorial e informativa; el diseño institucional de su dirección y gerencias; su financiamiento; la existencia de mecanismos de participación de las audiencias; y el aprovechamiento de otras plataformas de emisión”.

Este trabajo se propone responder los siguientes interrogantes: ¿Cómo se manifestó la política de comunicación kirchnerista en la estructura, el financiamiento y los contenidos de Radio Nacional? ¿Los cambios regulatorios implicaron, efectivamente, un cambio en la concepción de los medios públicos en Argentina?

2- Radio Nacional y las políticas de comunicación

LRA 1 Radio Nacional nació, bajo el nombre de Radio del Estado, en julio de 1937 en la ciudad de Buenos Aires por iniciativa privada y luego de más de quince años de exclusividad del sector comercial en la actividad radiofónica. La Editorial Haynes, de dueños ingleses, era la titular de Radio El Mundo cuando decidió entregarle al Estado un edificio acondicionado y equipado para la transmisión de mensajes sonoros. El motivo de esta decisión fue que bajo las condiciones bajo las cuales la editorial se convirtió en adjudicataria de su licencia se encontraba la obligación de ceder dos horas de programación al Estado. En épocas de férrea competencia comercial por imponer modelos de financiamiento, El Mundo no podía permitirse perder horas de contenidos propios (Mastrini, 2009).

El principal antecedente de una emisora estatal en Argentina se encuentra en 1927 cuando la esposa del por entonces presidente, Marcelo T. de Alvear, lanzó LOS Radio Municipal para transmitir música clásica.

A lo largo de su historia, Radio Nacional atravesó distintos modelos de gestión e integración con el resto de los medios y emisoras públicas, siempre con una marcada línea editorial apegada a las políticas públicas y al gobierno de turno. La ley N° 14.241, sancionada en 1953 por Juan Domingo Perón, creó el Servicio Oficial de Radiodifusión que conformó la red de emisoras estatales cuya finalidad era “contribuir a consolidar la unidad espiritual de la Nación –exaltando tradiciones y sentimientos patrios- y jerarquizar los programas mediante transmisiones calificadas que ayudaran a difundir la acción del Estado”. El SOR confirmó el espíritu gubernamentalista que la emisora nunca abandonaría y además estuvo impedido de vender espacios publicitarios: su financiamiento se dividió entre el presupuesto nacional y contribuciones de las redes privadas. Además, la misma ley creó el Servicio Internacional de Radiodifusión (SIR) que cumpliría con la misma finalidad pero para el extranjero (Mastrini, 2009, p. 94).

El esquema de financiamiento de Radio Nacional se verá modificado en 1972 cuando el gobierno de facto presidido por Alejandro Lanusse le permita incorporar publicidad a través del Decreto-ley N° 19.798. Durante la dictadura militar del autoproclamado “Proceso de Reorganización Nacional” (1976-1983) el SOR estuvo controlado por la Secretaría de Comunicaciones que se encontraba bajo la órbita del Ejército. En esos años, Radio Nacional contaba ya con 40 filiales distribuidas por el país aunque, según la ley N° 22.285, debía tener un rol complementario de la actividad privada y, nuevamente, se veía impedida de incorporar publicidad a su programación (Mastrini, 2009, p. 181).

En la década de los 90’s, el SOR se redujo a una emisora y un canal cabeceras en Capital Federal, una radio en cada provincia, las repetidoras de Canal 7 y el servicio RAE. En esos años se produjo una racionalización económica del sistema público que llevó a que aumentasen las horas de retransmisión de los contenidos porteños. Además, las malas condiciones económicas de las emisoras llevaron a que a través de los decretos N° 1.656/92 y N° 2.355/92 se les permitiera emitir publicidad nuevamente con una alteración de la lógica pública de radiodifusión al tener que competir por pauta publicitaria privada para subsistir (Mastrini, 2009, p. 247).

La llegada de Fernando de la Rúa a la presidencia dio por tierra, a través de su veto, con la ley N° 25.208/99 que creaba el Ente Radio y Televisión Argentina que gestionaría los medios de radiodifusión públicos con independencia del Poder Ejecutivo y control del Congreso. En su lugar, el por entonces presidente creó el Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP) a través del Decreto N° 94/01. Una decisión presidencial y unilateral que volvió a dejar a los medios del Estado bajo la órbita del Ejecutivo y sin instancias colegiadas ni participativas de control (Mastrini, 2009).

El gobierno de Néstor Kirchner recibió un SNMP intervenido por desmanejos económicos. A través del Decreto 624/03 pasó a ser controlado por la Secretaría de Medios de la Jefatura de Gabinete. El año 2007 marcó el fin de la intervención y el nombramiento de Gustavo López como presidente del directorio. En Radio Nacional, Adelina Moncalvillo fue nombrada directora pero a los meses fue reemplazada por Eduardo García Caffi. Más allá de estos cambios, el desorden institucional y la falta de controles económicos y artísticos llevó al SNMP a tercerizar producciones de contenidos y sostener bajos niveles de audiencia (Mastrini, 2009, p. 359). El escenario se modificó con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en octubre de 2009.

3- Nacimiento de RTA S.E. y aumentos presupuestarios

El gobierno de Néstor Kirchner tuvo un discurso de confrontación con algunas de las principales empresas de medios de comunicación en el país pero una política (entendida como las acciones de regulación, control y gestión del sistema de medios) que se mostró alejada de la belicosidad y cercana a las prácticas de los gobiernos precedentes (Marino y Mastrini, 2008:80). El enfrentamiento con el sector rural, la pelea pública con el Grupo Clarín y el proceso de discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) N° 26.522/09 significaron una acentuación en el discurso crítico de los principales medios de comunicación, el impulso de medidas regulatorias pro-desconcentración del sistema mediático y el refuerzo del carácter gubernamental de los medios públicos para llevar la visión oficial de los acontecimientos políticos, sociales y económicos. Ya eran tiempos del gobierno de su esposa, Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015).

De esta forma, puede decirse que al poco tiempo su asunción a la presidencia se conjugó una tríada que confirma la caracterización realizada por Kitzberger (2010). Uno de los principales cambios producto de esta situación será la transformación de los medios públicos. Con la sanción de la LSCA el sistema cambiará su estructura y las decisiones políticas de impulsarlos como canales de difusión de la construcción discursiva gubernamental modificarán su presupuesto así como acentuarán el carácter clientelar de sus contenidos –en algunos casos-.

La LSCA sancionada en 2009 creó un nuevo organismo de gestión de los medios públicos. El artículo n° 119 instituyó bajo la órbita del Poder Ejecutivo a Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S.E.) que se encarga de “administrar, operar, desarrollar y explotar los servicios de radiodifusión sonora y televisiva del Estado nacional”. Nuevamente, como en los casos históricos relatados en el apartado anterior, el manejo de los medios públicos queda a disposición del Presidente argentino.

El artículo n° 121 anuncia los objetivos de este ente (promover los derechos humanos, la identidad nacional, el pluralismo político y cultural, garantizar la cobertura

nacional, entre otros). Además, el artículo nº 122 le otorga obligaciones como producir contenidos educativos, culturales y científicos; utilizar diferentes plataformas de distribución; asegurar la cobertura de temas de interés público; difundir las actividades de los diferentes poderes del Estado; instalar repetidoras en todo el territorio nacional; y celebrar convenios de “cooperación, intercambio y apoyo recíproco” con otras entidades públicas u organizaciones civiles. En cuanto a los contenidos, el artículo nº 123 indica que debe cumplir con un mínimo de 60% de producción propia y un 20% de producción independiente en cada uno de los medios que la integran.

Por otro lado, como indica Linares (2014, p. 164), se crean instancias participativas y diversas para el control y la gestión. RTA S.E. es dirigido por un directorio compuesto por 7 miembros que deben responder a distintos sectores del ámbito político (uno propuesto por cada una de las tres primeras minorías del Congreso nacional) y suma representación de las universidades nacionales. Además exige la alta calificación profesional como requisito previo a la aprobación de sus integrantes. Más allá de esto, es necesario destacar que el Poder Ejecutivo mantiene la responsabilidad de designar directamente a tres integrantes (el presidente y dos directores –uno por minoría en el Congreso-) y la posibilidad de vetar o impulsar postulaciones (por ejemplos las correspondientes al Consejo Federal de Comunicación Audiovisual) lo cual le otorga un gran poder de control sobre el organismo. De todas formas, los cargos tienen una duración de cuatro años que debe tener una diferencia de dos años con los mandatos presidenciales lo cual genera una herramienta que contrarresta los altos niveles de influencia del Ejecutivo.

Una de las principales innovaciones que impulsa la LSCA es la creación del Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos que tiene como finalidad el control de RTA S.E. y la promoción de la participación ciudadana en la evaluación y elaboración de planes propuestos al organismo. Está compuesto por 17 integrantes nombrados por el Poder Ejecutivo y contempla la participación de universidades, sindicatos, ONG’s, el Consejo de Educación, gobiernos provinciales, pueblos originarios y el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la infancia. En el rubro innovaciones también se encuentra la obligación para el directorio de RTA S.E. de aprobar un código de ética (art. 134).

Para el financiamiento, la ley establece en su artículo nº 136 que se dividirá entre partidas presupuestarias del Estado nacional, el 20% del impuesto creado por la ley a los medios privados, la venta de publicidad y donaciones.

Más allá de las disposiciones de la ley, algunas cuestiones tardaron en llevarse adelante, algunas nunca lo hicieron y otras tantas contaron desde un comienzo con un cumplimiento efectivo⁴. Un ejemplo de lo primero es la conformación del directorio de RTA

⁴ La asunción de la Presidencia de la Nación por parte de Mauricio Macri el 10 de diciembre de 2015 marcó, entre muchas otras cuestiones, un fuerte cambio en la estructura institucional de los medios públicos argentinos. La primera y principal reforma se realizó a través de los decretos Nº 124 y 134/2015 que crearon en la órbita de la Jefatura de Gabinete al Sistema

S.E. que sólo se completó a fines de 2012 cuando, luego de su creación, la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual designó a los dos directores de las minorías opositoras (FAP y UCR). En 2015, RTA S.E. contaba con el siguiente organigrama:

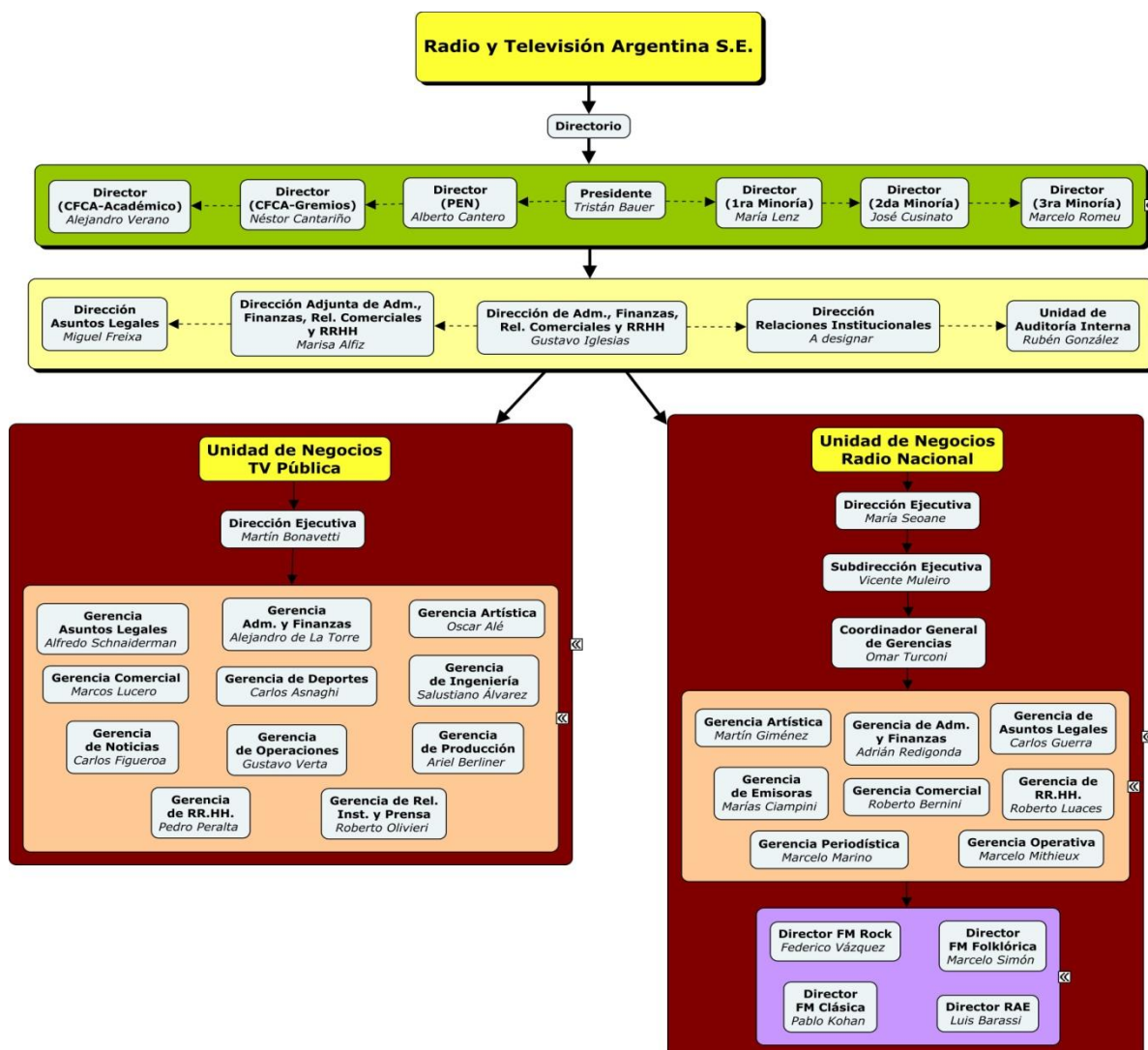


Figura 1. Organigrama de RTA a 2015. Fuente: www.mapadelestado.modernizacion.gob.ar y web de las emisoras

Otro de los organismos creados por la ley que demoró su armado y puesta en funciones fue el Consejo Consultivo. En enero de 2015 y a través del Decreto N° 15, la Presidencia de la Nación designó a los integrantes de este organismo que pudo, a cinco años de la sanción de la ley, lograr su conformación. Sin embargo, nunca se registraron

Federal de Medios y Contenidos Públicos (SFMCP). Presidido por Hernán Lombardi, ex Secretario de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires durante la administración del actual Presidente, asumió rápidamente al frente de este sistema con rango ministerial que entre las funciones que le asigna el decreto N° 267/2015 está el de “intervenir en la administración y el funcionamiento de RTA S.E.”.

reuniones o actividades que demostrasen su funcionamiento. Así estaba compuesto el Consejo:

Organismo o Entidad Proponente	Representante
Consejo Interuniversitario Nacional (Conforme art. 124, inc. a.)	Loc. Don Mario Roberto GIORGI
	Lic. Doña Daniela Inés MONJE
COSITMECOS (Conforme art. 124, inc. b.)	Don Alejandro Carlos RUIZ
	Don Rolando Fabio CONTE
	Don Ricardo Daniel VERNAZZA
Organismos de Derechos Humanos (Conforme art. 124, inc. c.)	Doña Giselle Laura TEPPER
	Lic. Don Manuel BARRIENTOS
Región NOA	Don Gonzalo Manuel MORALES
Región NEA	Prof. Doña Silvia Mónica ROBLES
Región Cuyo	Don Luis Fernando MARQUEZ MORET
Región Centro	Don Néstor Adrián RODRÍGUEZ
Región Patagonia	Mg. Don Cristian Alberto ALIAGA
Prov. de Bs. As./ CABA	Don Juan COUREL
Consejo Federal de Educación (Conforme art. 124, inc. e.)	Prof. Doña Graciela Yolanda BAR
Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (Conforme art. 124, inc. f.)	Doña Alicia Griselda RAMOS
	Doña María Cielo SALVIOLO
Pueblos Originarios (Conforme art. 124, inc. g.)	Doña Jesica Otilia MILLALONCO

Figura 2. Integrantes del Consejo Consultivo. Fuente:

<https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNorma/118847/20150121>

Por último, en la lista de exigencias de la LSCA llevados a cabo se ubica el Archivo Histórico de Radio y Televisión Argentina. Fue creado por decreto presidencial (Nº 378) en 2013 y recién se hizo público en octubre de 2015 bajo el nombre de “Prisma”⁵. Este paso implicó la digitalización y el acceso libre al archivo histórico de Radio Nacional y Canal 7. Una de las deudas pendientes de RTA al año 2015 es la sanción de un código de ética que enmarque la actividad de todas sus emisoras y canales a cargo⁶.

4- Ampliación de presupuesto y renovación tecnológica

A la reforma institucional de los medios públicos argentinos sucedida en el 2009 con la sanción de la LSCA se sumó el aumento de la inversión presupuestaria destinada por el Estado. Como lo marca la letra de la ley, una de las formas de financiamiento del ente que

⁵ Web del Archivo Histórico de RTA “Prisma” www.archivoprisma.com.ar

⁶ En el año 2013, la Senadora Nacional por Córdoba Norma Morandini hizo un pedido de informes en la Cámara de Senadores sobre el cumplimiento de ciertos artículos de la LSCA por parte de RTA SE. En el siguiente link visto por última vez el 10/08/2015 puede encontrarse el pedido: <http://www.normamorandini.com.ar/?p=6200>

incluye a Radio Nacional es la partida presupuestaria derivada de forma directa a través del Ministerio de Economía.

AÑO	PARTIDA	AUMENTO INTERANUAL
2004	\$ 66.551.067	
2005	\$ 94.866.819	42,50%
2006	\$ 147.000.000	56%
2007	\$ 196.000.000	33%
2008	\$ 331.236.000	69%
2009	\$ 446.266.491	34,70%
2010	\$ 573.350.000	28,40%
2011	\$ 705.413.967	23%
2012	\$ 721.900.000	2,30%
2013	\$ 921.208.000	27,60%
2014	\$ 1.561.276.000	69,5%

Figura 3. Partida presupuestaria destinada a SNMP y RTA S.E. desde 2004⁷

Como puede observarse en este cuadro el aumento de los fondos derivados del presupuesto fue una constante mas no así su porcentaje interanual. Tanto el aumento de mayor tamaño (entre 2013 y 2014) como el de menor (entre 2011 y 2012) se dieron en pleno impulso de los medios estatales, post sanción de la LSCA.

Además de la partida presupuestaria, el Estado financia a sus medios con publicidad oficial. El caudal de fondos destinados por la Jefatura de Gabinete –organismo encargado de distribuir el dinero de la pauta oficial- a los medios públicos se comportó de forma inversa al presupuesto nacional. Desde la creación de RTA S.E. esta fuente de ingresos ha perdido volumen, como lo demuestra el siguiente cuadro.

AÑO	RADIO NACIONAL	CANAL 7	RTA SE
-----	----------------	---------	--------

⁷ Información presupuestaria obtenida de las auditorías realizadas por la Auditoría General de la Nación (AGN), publicadas y disponibles en este link consultado por última vez el 12/09/2015: http://www.agn.gov.ar/informes/listado-de-informes?field_organismo_auditado_mobile_value=Radio+y+Televisi%C3%B3n+Argentina+Sociedad+del+Estado+%28RTA+S.E.%29&populate=&field_fecha_value%5Bvalue%5D%5Byear%5D=&field_n_de_informe_value=&field_tipo_de_informe_value=All&Buscar=Buscar Los datos de 2014 y 2015 fueron obtenidos de las Leyes de Presupuesto Nacional de ambos años.

2004	\$ 1.737.974,00	\$2.681.403,54	
2005	\$ 1.588.781,40	\$1.933.149,51	
2006	\$ 1.781.036,18	\$3.551.594,37	
2007	\$ 1.812.673,62	\$3.667.599,38	
2008	\$ 1.381.332,00	\$7.079.758,36	
Ene-Jun 2009	SIN	DATOS	OFICIALES
Jul-Dic 2009			\$ 2.855.563,00
2010			\$ 12.867.615,00
2011			\$ 9.218.839,00
2012			\$ 4.747.680,00
2013			\$ 1.447.082,00
Ene-May 2014			\$ 618.887,00

Figura 4. Fondos provenientes de la Publicidad Oficial 2004-2014⁸

Este aumento de ingresos presupuestarios (más allá de no suceder lo mismo con los provenientes de la publicidad oficial que son menores) generó, a través de una decisión política, una transformación estructural y tecnológica de Radio Nacional. Estas mejoras fueron expuestas por Tristán Bauer, presidente de RTA S.E., en la reunión de la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual realizada en el 11 noviembre de 2014.

Según los datos provistos por Bauer⁹, desde 2009 a 2015 se renovaron 40 transmisores de AM y 34 de FM que mejoraron el alcance de las emisoras –sobre todo las que no se encuentran en Buenos Aires que, al momento de la creación de RTA, se encontraban en malas condiciones edilicias y tecnológicas-. Además, de 48 antenas de transmisión se reconstruyeron o renovaron 35. Otro de los avances que enunció el ex presidente en su discurso fue la contratación de personal a través de concursos públicos por primera vez en la historia de los medios públicos y la realización de cursos de

⁸ Los datos de este cuadro fueron obtenidos de las bases de datos publicadas con la información provista por la Jefatura de Gabinete en el Diario La Nación: <http://www.lanacion.com.ar/1675842-de-1-a-400-millones-de-pesos-los-mayores-beneficiarios-de-la-pauta-oficial-2009-2013> y por Poder Ciudadano: <http://www.publicidadoficial.org.ar/index.php/es/> . Ambos links fueron consultados por última vez el 12/09/2015.

⁹ Esta información puede encontrarse en la versión taquigráfica de la reunión de la Comisión Bicameral disponible en el siguiente link consultado por última vez el 11/09/2015: http://www.radionacional.com.ar/wp-content/uploads/2014/11/Senado_Bauer_11-11-2014.pdf

capacitación de los cuales participaron 40% de los trabajadores de las radios del sistema de Radio Nacional.

Bauer también informó que el presupuesto de RTA S.E. fue en 2014 de \$1.994 millones de los cuales se destinaron \$664 millones a Radio Nacional. Por otro lado, detalló la cantidad de empleados de la radio –a la que, a través de la LSCA se le sumaron 8 estaciones comerciales, totalizando 48 emisoras de la red, con sus FM y las 3 FM porteñas- que era de 1.036 en 2008 y pasó a ser de 1.154 en 2014. Por último, el presidente de RTA resaltó la realización por primera vez en la historia de Radio Nacional de encuentros federales de los directores de todas las emisoras del país¹⁰.

Si bien estos números muestran una estrecha relación entre el aumento de la inversión del Estado nacional en los servicios de comunicación audiovisual públicos y sus mejoras técnicas, los informes de la Auditoría General de la Nación concluyen que la empresa no logra generar autonomía económica de las partidas presupuestarias. Como consecuencia de ello, se puede trazar una conexión directa entre esa insuficiencia de ingresos diversificados con una dependencia política del gobierno que, como se verá en el siguiente apartado, se manifestó en la línea periodística de la emisora. De las declaraciones de Bauer y del análisis de las partidas presupuestarias nacionales se deduce que esta fuente de financiamiento superó el 50% de los ingresos de todo el sistema de medios públicos.

El financiamiento de los servicios de radiodifusión públicos junto a la institucionalidad de los organismos encargados de dirigirlos son dos factores claves en el gubernamentalismo de los mismos. Si bien la LSCA establece otras fuentes de ingresos para RTA SE como la publicidad, la comercialización de sus producciones y el 20% del gravamen a medios comerciales recaudado por AFSCA, la no limitación a la influencia de las partidas presupuestarias o la ausencia de cánones o parámetros para el financiamiento gubernamental vuelve vulnerable a este sistema.

5- Analizar los contenidos: la pluralidad, la diversidad y la multiplataforma

Como indica la letra de la LSCA que crea a RTA y como también lo indican diversos estudios y análisis de medios públicos (Becerra, 2015; Mastrini, 2013; Pasquali, 1991) los contenidos de éstos deben tener pluralidad de voces, diversidad de contenidos y deben estar disponibles para la totalidad de la comunidad en la que se insertan. Estas condiciones se cumplen en diferente grado dentro de Radio Nacional.

El primer objetivo de esta red de emisoras para Leandro La Camera, sub gerente artístico hasta 2015, fue la difusión de las políticas públicas del Estado nacional. “Si la

¹⁰ En noviembre de 2014 se realizó el Sexto Encuentro Nacional de Directores de Radio Nacional como puede leerse en el siguiente link consultado por última vez el 11/09/2015: <http://www.radionacional.com.ar/?p=34335>

radio pública no difunde las políticas públicas de gobierno, difícilmente lo haga otro medio de comunicación. Esa es una de las principales premisas de nuestra programación”¹¹.

Desde el año 2009, cuando María Seoane se convirtió en la Directora Ejecutiva, Radio Nacional creció en las mediciones de audiencia. De ser la sexta emisora en audiencia con un 2,1% del encendido en marzo de aquel año pasó al 8,3% en julio de 2015, lo cual la convirtió en la cuarta emisora AM más escuchada de CABA¹². Más allá de los cambios tecnológicos descriptos en el apartado anterior, para La Camera esto se encontró relacionado con una profesionalización de la radio que giró sobre dos ejes. El primero es la incorporación de formatos comerciales a la programación, con esquemas definidos y temáticas al servicio de la audiencia. “Tratamos de parecernos a las radios comerciales desde los formatos. Antes quizás teníamos una entrevista con un sociólogo a las 7 de la mañana y no decíamos nada del estado del subte o del clima”. El segundo eje fue la permanencia de equipos de producción que no se tercerizaron y permitieron a la emisora consolidar una identidad artística.

Más allá de las cuestiones de formato, los contenidos de la emisora pública mostraron algunas diferencias con los de las emisoras comerciales. La incorporación a los staff de los programas de columnistas que trataron temáticas de género, de indigenismo, de derechos humanos, historiadores, sociólogos; programas que cubren la realidad latinoamericana (“Voces del sur”); un microprograma realizado por mujeres del Moyano (un centro de internación neuropsiquiátrica); y un servicio informativo federal realizado en colaboración con el resto de las emisoras que forman parte de la cadena de Radio Nacional, mostraron una diversidad de temáticas y de puntos de entrada a la realidad social que diferenció a esta emisora de una comercial por representar a minorías del espacio público.

Si bien existió una política de producción de contenidos diversos que abordaran problemáticas de minorías sociales, la pluralidad política de las voces escuchadas en la emisora fue una característica ausente. Como primer rasgo que muestra la disminuida pluralidad política de Radio Nacional se encuentra la masiva participación de periodistas que trabajaban en otros medios públicos o de estrecha relación económica con el gobierno kirchnerista como Cynthia García, Carlos Barragán, Nora Veiras, Luciano Galende, Hernán Brienza (estos últimos eran asiduos participantes del programa “678” de la TV Pública), Eduardo Anguita (fue editorialista del diario “Tiempo Argentino”, del extinguido Grupo Veintitrés), Roberto Caballero (fundador y editorialista del discontinuado diario “Tiempo

¹¹ Entrevista realizada para este trabajo con Leandro La Camera, sub gerente artístico de Radio Nacional, en el edificio de la radio el 4/9/2015.

¹² Datos de Ibope para ambas fechas obtenidos de los siguientes links consultados por última vez el 11/9/2015. Marzo 2009: <http://aparfm.com.ar/?p=388> Junio 2015: <http://www.radiodifusiondata.com.ar/ratings-radio.htm>

Argentino”) o Mario Wainfeld (editorialista de Página 12)¹³. Por otro lado, también participaron de la programación funcionarios públicos como Eduardo Rinesi (fue director de AFSCA) y Vicente Muleiro (fue Sub-director ejecutivo de la radio) o “Mona” Moncalvillo que fue directora de la emisora durante la presidencia de Néstor Kirchner.

Más allá de esta caracterización de alguno de los principales conductores de la emisora, La Camera define la línea editorial de la radio de la siguiente forma:

Hay una realidad y es que muchos referentes de la oposición no tienen ganas de salir en una radio donde se les hacen preguntas mínimamente críticas. El oficialismo está acostumbrado a que le digan de todo y contesta. A la oposición le hacés dos o tres preguntas molestas y no te salen más. Probablemente acá se les tiran centros a algunos entrevistados. Si yo te digo que priorizamos comunicar las políticas públicas y las políticas del Estado nacional, van a salir los funcionarios que impulsaron y respaldaron estas políticas¹⁴.

Más allá de la falta de pluralismo político en el análisis de la programación de su estación de cabecera (LRA 1 Buenos Aires), se puede destacar el federalismo de sus contenidos y el impulso de la programación propia en cada una de las emisoras. Para La Camera, este es uno de los principales avances que ha mostrado Radio Nacional con los gobiernos kirchneristas.

Desde la gerencia de emisoras se extienden pautas que rigen para todas las emisoras del país. Antes repetían casi toda la programación de Buenos Aires y eso generaba distorsiones en los contenidos. Ahora la mayoría tiene primera y segunda mañana mientras que las más grandes tienen toda la programación propia¹⁵.

No obstante, el sistema carece de una cobertura completa del territorio nacional, algo que caracteriza también a la Televisión Pública.

EMISORA	AM	FM	FECHA DE FUNDACIÓN	PROGRAMACIÓN PROPIA
LRA 16 LA QUIACA - JUJUY-	AM 560	FM 92.5	1967	SIN INFO
LRA 25 TARTAGAL -SALTA-	AM 540	FM 92.3	1978	COMPLETA
LRA 22 SAN SALVADOR DE JUJUY	AM 790	FM 94.1	1971	COMPLETA
LRA 4 SALTA	AM 690	FM 102.7	1953	PARCIAL
LRA 20 LAS LOMITAS -FORMOSA-	AM 1270	FM 99.5	1971	COMPLETA
LRA 8 FORMOSA	AM 820	FM 94.1	1958	PARCIAL

¹³ El programa “678” que se emitía por la Televisión Pública de manera diaria es un ejemplo de la poca pluralidad política que rigió al canal estatal (Becerra, 2015) y uno de los principales bastiones de la crítica al manejo de los medios públicos por parte de los gobiernos kirchneristas. Por otra parte, los diarios “Tiempo Argentino” y “Página 12” se reconocieron por su apoyo, a través de su línea editorial, a las políticas de este gobierno y por recibir el mayor caudal de publicidad oficial de la Nación desde 2009 (ver la información sobre pauta oficial citada en el cuadro de inversión en Radio Nacional).

¹⁴ Entrevista con Leandro La Camera realizada para este trabajo en las oficinas de Radio Nacional Buenos Aires, el 7 de septiembre de 2015.

¹⁵ *Ibidem*.

LRA 15 TUCUMÁN	AM 1190	FM 93.3	1966	PARCIAL
LRA 21 SANTIAGO DEL ESTERO	AM 1130	FM 98.5	1971	COMPLETA
LRA 26 RESISTENCIA -CHACO-	AM 620	FM 94.1	1981	PARCIAL
LRA 19 PUERTO IGUAZÚ - MISIONES-	AM 710	FM 99.1	1972	PARCIAL
LRA 12 SANTO TOMÉ - CORRIENTES-	AM 780	FM 100.5	1964	PARCIAL
LT 12 GENERAL MADARIAGA -CORRIENTES-	AM 840	FM 92.7	1952	COMPLETA
LRA 27 CATAMARCA	AM 730	FM 103.3	1981	SIN INFO
LRA 28 LA RIOJA	AM 620	FM 102.5	1981	PARCIAL
LRA 51 JACHAL -SAN JUAN-	AM 1150	FM 102.7	1978	PARCIAL
LRA 23 SAN JUAN	AM 910	FM 101.9	1972	PARCIAL
LRA 7 CÓRDOBA	AM 750	FM 100.1	1957	COMPLETA
LRA 14 SANTA FE	AM 540	FM 102.9	1967	COMPLETA
LRA 5 ROSARIO	AM 1300	FM 104.5	1953	COMPLETA
LRA 42 GUALEGUAYCHÚ -ENTRE RÍOS-	AM 1310	FM 98.7	1987	PARCIAL
LT 11 GENERAL FRANCISCO RAMÍREZ -ENTRE RÍOS-	AM 1560	FM 92.9	1951	COMPLETA
LT 14 GENERAL URQUIZA -ENTRE RÍOS-	AM 1260	FM 93.1	1945	COMPLETA
LRA 29 SAN LUIS	AM 1170	FM 96.7	1981	PARCIAL
LV 8 LIBERTADOR -MENDOZA-	AM 780	FM 92.7	1950	PARCIAL
LRA 6 MENDOZA	AM 960	FM 97.1	1953	COMPLETA
LV 4 SAN RAFAEL -MENDOZA-	AM 620	FM 97.3	1938	COMPLETA
LV 19 MALARGÜE -MENDOZA-	AM 790	FM 88.1	1965	COMPLETA
LRA 3 SANTA ROSA -LA PAMPA-	AM 730	FM 96.1	1950	PARCIAL
LRA 1 BUENOS AIRES	AM 870		1937	COMPLETA
LRA 13 BAHÍA BLANCA -BUENOS AIRES-	AM 560	FM 95.1	1965	PARCIAL
LRA 2 VIEDMA -RÍO NEGRO-	AM 1150	FM 93.5	1987	SIN INFO
LRA 52 CHOS MALAL -NEUQUÉN-	AM 670	FM 92.3	1978	SIN INFO
LRA 43 NEUQUÉN		FM 103.3	2012	PARCIAL
LRA 17 ZAPALA -NEUQUÉN-	AM 710	FM 93.9	1967	SIN INFO
LRA 53 SAN MARTÍN DE LOS ANDES -NEUQUÉN-	AM 1440	FM 92.5	1978	PARCIAL
LRA 30 BARILOCHE -NEUQUÉN-	AM 590	FM 95.5	1981	SIN INFO
LRA 54 INGENIERO JACOBACCI -RÍO NEGRO-	AM 1370	FM 93.5	1978	PARCIAL
LRA 57 EL BOLSÓN -RÍO NEGRO-	AM 1160	FM 92.3	1981	PARCIAL
LRA 9 ESQUEL -CHUBUT-	AM 560	FM 88.7	1961	PARCIAL
LRA 55 ALTO RÍO SENGUER -CHUBUT-	AM 740	FM 93.5	1978	PARCIAL
LRA 58 RÍO MAYO -CHUBUT-	AM 1020		1981	SIN INFO
LRA 11 COMODORO RIVADAVIA -CHUBUT-	AM 670	FM 94.3	1961	PARCIAL
LU 4 PATAGONIA ARGENTINA -CHUBUT-	AM 630	FM 101.7	1938	COMPLETA
LRA 56 PERITO MORENO -SANTA CRUZ-	AM 860	FM 93.5	1978	PARCIAL
LRA 59 GOBERNADOR GREGORES -SANTA CRUZ-	AM 720	FM 99.9	1982	COMPLETA
LU 23 LAGO ARGENTINO -SANTA CRUZ-	AM 730	FM 88.1	1979	PARCIAL
LRA 18 RÍO TURBIO -SANTA CRUZ-	AM 620	FM 90.3	1970	PARCIAL
LRA 24 RÍO GRANDE -TIERRA DEL FUEGO-	AM 640	FM 88.1	1971	PARCIAL
LRA 10 USHUAHIA -TIERRA DEL FUEGO-	AM 780	FM 92.1	1961	COMPLETA

LRA 36 BASE ESPERANZA SAN GABRIEL - ANTÁRTIDA-	AM 15476 (ONDA CORTA)		1979	PARCIAL
FM CLÁSICA		96.7	1987	COMPLETA
FM ROCK		93.7	2000	COMPLETA
FM FOLKLÓRICA		98.7	1999	COMPLETA

Figura 5. Listado de emisoras de Radio Nacional. Fuente: <http://www.radionacional.com.ar/>

La renovación de los sitios online de las emisoras y la unificación bajo un mismo dominio y línea artística es otro de los avances que pueden demostrarse. A través de la web de radio nacional (www.radionacional.com.ar) se accedía a la web y a la transmisión – vía streaming- de todas las emisoras del país y, además, se encontraban recortes sonoros de parte de la programación de cada una de ellas. Con esta web y las distintas aplicaciones para teléfonos celulares, Radio Nacional se convirtió en un medio multiplataforma que se acercó a las distintas formas de consumo de su audiencia.

Como último rasgo a describir de la programación y de los contenidos de Radio Nacional se deben nombrar dos faltas a lo establecido por la LSCA. El primero: las emisoras no contaron con producción independiente, todos los contenidos fueron producidos bajo la órbita del sistema público con equipos de producción contratados por este sistema. El segundo: no se registraron convenios con otras radios públicas o con otros organismos de la sociedad civil que tengan una efectiva manifestación en la programación.

6- Consideraciones finales

Este trabajo buscó dividir en diferentes planos el análisis de uno de los servicios de radiodifusión públicos más importantes de Argentina. Desde la asunción de Néstor Kirchner y, especialmente, con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el gobierno de Cristina Fernández, el sistema público de medios de comunicación atravesó transformaciones presupuestarias y estructurales.

La primera de ellas es la creación de Radio y Televisión Argentina S.E. que transformó la institución que gestiona todos los medios públicos del Estado nacional. La novedad de la creación de un directorio con integrantes diversos, aunque con un marcado poder de decisión del Poder Ejecutivo, y de entidades de control autárquicas como el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos fueron reformas que, a largo plazo, pudieron resultar eficaces al momento de controlar de estos medios y fomentar su pluralidad. Sin embargo, a 6 años de la sanción de la ley poco se pudo observar en materia de informes o planes de dichas entidades.

El principal impulso que tuvo Radio Nacional durante los gobiernos kirchneristas fue el aumento de la partida presupuestaria destinada al sistema público de radiodifusión. Con aumentos constantes, aunque irregulares, el dinero proveniente de las designaciones del Ejecutivo nacional constituyó más de la mitad de los ingresos de la emisora (y de todo el sistema). Esto permite concluir que la mentada independencia político-económica de Radio Nacional no se cumplió ya que no sólo su órgano de gestión respondió directamente al Presidente sino también dependió de éste para subsistir económicamente.

En el plano de los contenidos, esta dependencia política se manifestó en escasa pluralidad política de voces. Más allá de esto, Radio Nacional transformó el aumento presupuestario en renovación de equipamientos, mejoras tecnológicas y aumento de la producción propia federal. Con la llegada de a la dirección de María Seoane, desde 2009 la radio experimentó una mejora de audiencia que se apoyó en la continuidad de equipos de producción y la remodelación de formatos de contenidos más cercanos a los de las radios comerciales.

Las temáticas tratadas por las emisoras incluyeron problemáticas de las minorías como géneros, pueblos originarios, derechos humanos y actualidad latinoamericana. No obstante, la línea principal sobre la que se enmarcó su discurso informativo-periodístico es la de difundir las políticas del Estado Nacional.

Así, se puede concluir que Radio Nacional ha sido transformada en estructura y financiamiento por las decisiones de políticas de comunicación de los gobiernos kirchneristas pese a que mantuvo uno de los rasgos principales del sistema de medios públicos latinoamericano: la gubernamentalidad.

Referencias Bibliográficas

- Badillo, A. G. Mastrini, P. Marengi (2014) Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina. *Revista Nueva época*, 24 (julio-diciembre), 95-126.
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia*. Buenos Aires: Paidós.
- Cameron, M. (2009). Latin America's Left Turns: beyond good and bad. *Third World Quarterly*, 30 (2), 331-348.
- Kitzberger, P. (2010). The media activism of Latin American's leftist governments: does ideology matters?, working paper nº 151 del German Institute of Global and Area Studies, pp. 1-36.
- Linares, A. (2014). Servicio Público de Radiodifusión en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual –LSCA- (2009-2014). *Revista Estado y Políticas Públicas*, 3, 156-170.

- Marino, S. y Mastrini, G. (2008). Al final del período. Los límites del progresismo: políticas de comunicación en Argentina durante el gobierno de Néstor Kirchner. *Revista EcoPós* 11 (1), 78-96.
- Mastrini, G. (2013). Medios públicos y derecho a la comunicación. En Bizberge, A., de Charras, D. y Mastrini, G. (Eds.) *Las políticas de comunicación en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía.
- Mastrini, G. (Ed.) (2009). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía.
- Natanson, J. (2010). Medios y 'nueva izquierda': algunos apuntes impresionistas. En Rincón, O. *¿Por qué nos odian tanto?: Estados y medios de comunicación en América Latina*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3 y FES.
- Natanson, J. (2014). La triple crisis de los medios de comunicación. *Revista Nueva Sociedad*, 249 (enero-febrero), 50-60.
- Pasquali, A. (1991). Qué es una radiodifusión de servicio público?. En *El Orden Reina: escritos sobre comunicaciones*. Caracas: Monte Avila.
- Ramos, M. C. (2010). Posibilidad de una nova agenda para as políticas de comunicacao na América Latina. *Revista RECIIS*, 4 (4), 20-28.
- Tremblay, G. (1988). *La noción de servicio público*. *Revista Telos*, 14, (junio-agosto), pp. 57-63.