

Los medios de Comunicación en la Argentina. Reflexiones sobre el retroceso de lo público

Dr. González, Leonardo

Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Centro de Investigación y Desarrollo en Comunicación, Industrias Culturales y Televisión (CeID-TV).
leonardo.gonzalez@presi.unlp.edu.ar

Dra. Pauloni, Silvina Mariel

Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Centro de Investigación y Desarrollo en Medios, Industrias Culturales y Televisión (CeID-TV).
spauloni@hotmail.com

Mg. Novomisky, Sebastián

Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Centro de Investigación y Desarrollo en Comunicación, Industrias Culturales y Televisión (CeID-TV).
sebastiann@perio.unlp.edu.ar

Lic. Gómez, Andrea Jacqueline

Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Centro de Investigación y Desarrollo en Comunicación, Industrias Culturales y Televisión (CeID-TV).
andragomezperio@gmail.com

Lic. Arce, Alejo

Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Centro de Investigación y Desarrollo en Comunicación, Industrias Culturales y Televisión (CeID-TV).
alejolp85@gmail.com

Resumen

Los medios de comunicación y en particular la televisión constituyen escenarios para mirar la sociedad, visibilizar las relaciones de poder y los sentidos en disputa alrededor de un

conflicto, permiten entender los nuevos fenómenos contemporáneos y, en ese marco, a la defensa del Derecho a la Comunicación.

En los últimos años, los procesos de restitución de lo público y la oportunidad de multiplicar los espacios donde disputar los sentidos, redimensionaron los campos del pensar y del hacer, que resistieron los embates neoliberales desde los micro lugares, para retornar de las mediaciones a los medios, con la atención puesta en la formación de un sujeto, un ciudadano pleno y no un mero consumidor, como sucedió con la discusión y posterior sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Pero con la asunción del nuevo gobierno nacional dicha norma quedó sin efecto junto con la Ley Argentina Digital, a través de los decretos de necesidad y urgencia (DNU) 13/15, 276/15 y 267/16.

En este contexto, el presente trabajo plantea una revisión de los cambios recientes para debatir sobre las consecuencias del avance del mercado por sobre la comunicación entendida como Derecho Humano, en el marco de los procesos de convergencia.

Introducción

Es necesario poder dar cuenta del marco socio histórico que da lugar a poder reflexionar sobre las transformaciones que sucedieron en la televisión pública. Como expresa Jorge Huergo, “en la primera década del siglo XXI comienza un período con luces y sombras, con logros y desafíos, que abre un lento pero firme proceso de restitución de los Estados nacionales, basado en gran medida en la recuperación de las memorias históricas, en la reconstrucción de la justicia social (...) un proceso que también significa una restitución imaginaria de lo público (frente a lo privado y a lo tercerizado, frente al mercado y las ONG), que se manifiesta en caminos de salida para aquellos ‘fenómenos morbosos’ de la crisis orgánica. Una restitución de formas de lo público no sólo ligada a las visiones racionalistas, centradas en la argumentación y la creación de consensos más o menos armoniosos, sino también a la multiplicación de espacios de posibilidad para disputar el sentido de las cosas comunes” (Huergo; 2013).

En la Argentina, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) habilitó la posibilidad de pensar procesos de significación y de disputa en el campo mediático.

La norma promovió una comunicación democrática a través de distintas vías, entre las que se destacaba la redistribución de frecuencias, que afectaba a la propiedad cruzada entre canales

de televisión y distribuidoras de cable. Al mismo tiempo, posibilitó a organizaciones sociales, pueblos originarios y universidades, entre otros, a acceder a licencias o permisos de radiodifusión, abriendo el juego al ingreso de nuevas voces.

La LSCA junto a una serie de política públicas como la Televisión Digital Abierta (TDA), los Contenidos Digitales Abiertos (CDA), el canal *Encuentro y Pakapaka* fueron el contexto para la producción de programas televisivos que desde una nueva lógica posaron sus principales objetivos en la formación de un ciudadano y no de un mero consumidor. Así, se promovió la creación de nuevos espacios de difusión y, a la vez, de expansión de contenidos regionales y locales en todo el territorio nacional.

La Televisión y el sentido de lo público

Los medios de comunicación son arena de la construcción de representaciones y a su vez un actor más dentro de la trama de relaciones de conflicto y acuerdos por establecer los sentidos más legítimos. Son el ámbito de resignificación en los modos de la vida cotidiana, de ver y de sentir; son escenarios de visibilización, de articulación, interacción y disputa, y a su vez juegan como actores dentro de la construcción de poder y hegemonía.

Los medios funcionan como articuladores de las dinámicas sociales, estructuradores de los sentidos colectivos, dispositivos en el moldeamiento de las subjetividades y construcción de las identidades. Constituyen así un eje de la relación entre lo público y lo privado, en la formación de la esfera pública y la ciudadanía como espacios de deliberación de las cuestiones de interés común entre sectores sociales.

Siguiendo esta línea, en palabras de García Canclini, repensar la ciudadanía “supone tanto reivindicar los derechos de acceder y pertenecer al sistema sociopolítico como el derecho a participar en la reelaboración del sistema, definir por tanto aquello en lo cual queremos ser incluidos. Al repensar la ciudadanía en conexión con el consumo y como estrategia política, buscamos un marco conceptual en el que puedan considerarse conjuntamente las actividades del consumo cultural que configuran una dimensión de la ciudadanía, y trascender el tratamiento atomizado con que ahora se renueva su análisis” (García Canclini;1995:21).

Es en este marco en el que concebimos la importancia de la televisión, como la describe Omar Rincón, como una parte fundamental de la vida diaria, de las formas de construir el símbolo y de nuestras maneras de crear comunidades de sentido; “formas culturales, deseos colectivos, necesidades sociales, expectativas educativas, rituales de la identidad; la tele se convirtió en la institución social y cultural más importante de nuestras sociedades”(Rincón; 2005).

Es entonces que entendemos que la televisión pública debería ampliar los espacios de participación ciudadana, multiplicar las posibilidades de acceso al consumo de sus contenidos y garantizar el ejercicio del derecho a la educación, la libertad de expresión, la diversidad cultural, etc. El Estado es por ende un agente necesario para su promoción y sostenimiento (Maglieri, 2016: 121-125).

Por su parte, Gómez Ortega expresa en el prólogo de *Televisión Pública y Convergencia Digital* (Maglieri, 2016) que un canal de televisión adquiere su identidad “a partir de su plan editorial, aquella curaduría de contenidos de acuerdo a una política y al tipo de audiencia destinataria, presentada en una grilla de programación. El medio televisivo le requiere a sus contenidos entretenimiento, emoción, historias de vida, información y les exige un alto estándar de calidad (...) A partir de allí los canales comerciales tendrán el sesgo de interpelar a sus audiencias en tanto consumidores, los medios públicos la exigencia de hacerlo en tanto ciudadanos”.

En esta línea, Omar Rincón expresa que lo público no es una moda, “significa pensar de nuevo la socialización, reinventar lo común en tiempos del mercado y el individuo. Por necesidad cultural y ciudadana se hace urgente pensar, diseñar y producir televisión pública, la de todos, esa que no lucha por tener más rating, sino el más alto prestigio social”. Rincón agrega que la televisión pública es “aquella que responde al imperativo de hacer calidad, inscribir nuevas ciudadanías y expresar esa lucha por la identidad y el reconocimiento de las comunidades en universos de mixtura cultural; su compromiso es pensar diferente” (Rincón, 2002:73).

Convergencia

A partir de entender a la comunicación como un derecho es que en los últimos años se encaró el proceso de convergencia digital en la Argentina. Para poder dimensionarlo es necesario comprender su significación tecnológica y cultural.

Las transformaciones y cambios relacionados con la producción/consumo del conocimiento que se vienen generando en la actualidad, abren la posibilidad de pensar no sólo en el lugar que tienen las nuevas tecnologías en el desarrollo cotidiano, sino también en la manera que las consumimos y nos identificamos con ellas.

La masificación en el acceso a las tecnologías de la comunicación y la intensificación de uso por parte de todos los actores sociales han transformado a la red en el instrumento central de la comunicación (Castells, 2001). Este proceso se inscribe dentro del paso de una sociedad industrial a una sociedad de la información, en la cual las nuevas tecnologías facilitan la creación, distribución y manipulación de los datos, mediando cada vez más en las esferas políticas, culturales y económicas.

Estos nuevos medios y lenguajes introducen cambios tanto en las lógicas de producción como en los hábitos de consumo, marcan una transición hacia una nueva era mediática caracterizada por las redes sociales, las relaciones entre lo real/virtual, la solidaridad entre colectivos de la red, las tecnologías polifuncionales y móviles, la digitalización y la interactividad (Scolari, 2008).

Carlos Scolari (2008) señala la trascendencia de pasar del análisis de los nuevos o reciclados, medios digitales (los objetos) al de las hipermediaciones (los procesos). Scolari define las hipermediaciones como: “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari,2008:113-114).

La digitalización o binarización de las comunicaciones y la consolidación de una red mundial por la que circula la información, conforman un escenario caracterizado por la aparición de nuevos formatos y medios de comunicación, definidos por Scolari como “comunicación digital interactiva”. Este nuevo ecosistema mediático pone en crisis la hegemonía del modelo de comunicación de masas; “la aparición de una nueva generación de medios digitales interactivos, ya no basados en la lógica del *broadcasting* sino en un modelo comunicacional totalmente innovador fundado en las redes y la colaboración de los usuarios, está desafiando

nuestro conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas”. Existen cinco características principales que Scolari les atribuye, a partir de su análisis y partiendo de los planteamientos de otros teóricos, a estas nuevas formas de comunicación: la transformación tecnológica, la configuración muchos-a-muchos, las estructuras textuales no secuenciales, la convergencia de medios y lenguajes, y la participación activa de los usuarios (Scolari, 2008).

Desde el planteo de Henry Jenkins (2008), “la convergencia es el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias y entretenimiento” (Jenkins, 2008:14).

La convergencia entre la electrónica, las telecomunicaciones, los medios, las industrias culturales y el uso del espectro radioeléctrico constituyó un cambio rotundo en los modos de concebir los procesos de producción y recepción de la información y los consumos culturales. Jenkins (2008) sostiene que hoy existen dispositivos que aglutinan medios-tecnologías que anteriormente estaban separados o fragmentados y que le permiten al usuario apropiarse, recircular, archivar y editar contenidos en diversos canales y ámbitos. Pero, fundamentalmente, la convergencia se produce a nivel cultural en la manera que tenemos como usuarios de construir en sentido; “la convergencia no tiene lugar mediante aparatos mediáticos, por sofisticados que estos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros” (Jenkins, 2008:15).

La convergencia no sólo debe entenderse como un proceso tecnológico, sino también cultural y transmediático (Igarza, 2008). El acceso a aparatos tecnológicos que son utilizados simultáneamente como receptores y productores de información, posibilita a los usuarios, convertirse en creadores y gestores de contenidos. A Diferencia de los medios masivos de comunicación como diarios, radio y TV que se basan en la lógica uno -a- muchos, actualmente la distribución de contenidos se caracteriza por ser de muchos-a-muchos, ya que los sujetos tienen un rol participativo, tanto en las instancias de producción, como de reconocimiento (Verón, 2013).

Esta gestión y producción de contenidos por parte de los usuarios de manera asociada o colaborativamente que se produce gracias a la convergencia cultural, Henry Jenkins, la define

como cultura participativa. Una noción que promueve que "más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si desempeñarán roles separados, podríamos verlos hoy como participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas" (Jenkins, 2008:15).

Guillermo Orozco encuentra que "la convergencia tecnológica contemporánea que multiplica las combinaciones de formatos, lenguajes y estéticas en las diversas pantallas, abre nuevos escenarios que a su vez facilitan otros modos y roles de interacción comunicativa a sus audiencias. Entre estos, uno de los cambios importantes es el producido por el tránsito de audiencias agrupadas en función de la recepción, a audiencias definidas cada vez más en función de su capacidad para la emisión" (Orozco, 2009:287-296).

Desde este anclaje el término audiencias implica pensar en un individuo colectivo mediado por tecnologías, que "enuncia una forma de estar frente al mundo, que es siempre mediada por dispositivos tecnomediáticos, y que en esencia, aun cambiando de roles de lo más pasivo a los más activos, y de los más masivos a los más interpersonales, mientras no se altere esa mediación, las audiencias seguirán vigentes" (Orozco, 2012:3).

Siguiendo con el marco argumentativo de Guillermo Orozco, "es esta condición comunicacional la que permite a los participantes en los procesos comunicativos mediados por pantallas deconstruir de manera real o material, y no solo reinterpretar, resemantizar o deconstruir simbólicamente, como de hecho siempre ha sido posible, los objetos y referentes de su intercambio comunicativo. Y es también esta condición comunicacional la que modifica las posibilidades de transformación, de creación y de participación real posible (y deseable) de los sujetos audiencia desde y a partir de sus interacciones con las pantallas.

Específicamente, el cambio de papel o estatus de las audiencias, que ya se aprecia entre sectores sociales tecnológicamente avanzados, se manifiesta en un tránsito, por lo pronto y quizá luego en una mutación, de audiencias a usuarios, a comunicantes, 'prosumidores', ya que la Interactividad que permiten las nuevas pantallas trasciende la mera interacción simbólica con ellas" (Orozco, 2011).

Situación actual

Si bien la LSCA no estaba específicamente dirigida a regular la televisión digital, si la involucraba ya que tenía alcance sobre todos los medios audiovisuales. Brindaba líneas

generales de actuación en los artículos 46, 47, 92 y 93 sobre la no concurrencia de licencias, la entrega de informes y la designación del Poder Ejecutivo como quien determinaría el ingreso de nuevas tecnologías que hasta ese entonces no estuvieran operativas. Durante la transición, los licenciatarios debían mantener los derechos y obligaciones asumidos al momento de entrega de las licencias^[1].

El contexto se transforma cuando asume el nuevo gobierno nacional, con Mauricio Macri como presidente. Es así que queda sin efecto la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Ley Argentina Digital, a través de los decretos de necesidad y urgencia (DNU) 13/15, 276/15 y 267/16. La Autoridad de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) es disuelta y en su lugar se crea el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM).

A la luz de los resultados, entendemos que el proyecto de la llamada “Nueva Ley de Comunicaciones Convergentes”, bajo la premisa de adecuar el sistema de medios al nuevo contexto tecnológico, arrasa a todo el andamiaje que la LSCA significaba en materia de protección del Derecho a la Comunicación, al modificar los aspectos que representaban un claro avance y dejando dudas e inconsistencias en otros.

Tras los decretos, se estableció al Ministerio de Comunicaciones como titular de derechos de la AFSCA y del Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (COFECA), hecho que violentó la autarquía de la autoridad de aplicación, cuya composición incluía distintas fuerzas políticas, organizaciones sociales y universidades, entre otros. Con la disolución de la AFSCA, el COFECA y la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (AFTIC), luego de un interludio en el cual solo hubo reuniones con empresarios, se convocó a representantes de distintos sectores sociales, con el fin discutir el anteproyecto de una nueva ley. La comisión convocó a distintas organizaciones de la sociedad civil. Allí, los participantes coincidieron en la necesidad de bregar por la reserva del 33% del espectro para los medios sin fines de lucro, mantener la política de fondos de fomento concursables, el incentivo de producciones locales y establecer criterios equitativos para la pauta publicitaria estatal. También dejaron en claro su postura sobre los decretos del Ejecutivo, como violatorios del derecho humano de la comunicación y sobre el concepto de medios comunitarios, no limitados a la baja potencia^[2].

A partir de los decretos se eliminaron las restricciones más fuertes a la concentración, tanto para la televisión, como el cable y la radio, lo cual habilitó la compraventa de licencias, con controles laxos y dependientes de las condiciones del mercado^[3]. Entre las implicancias se encuentran la ampliación de los límites establecidos para la cantidad de licencias -de 10 a 15 para radio y televisión abierta-, la extensión automática del plazo de las licencias mediante prórrogas sucesivas sin audiencia pública, facilidad para la transferencia de licencias entre empresas y la eliminación de la regulación para la TV por cable^[4].

Así es como diferentes sectores de la sociedad llevaron su reclamo hasta la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). Los peticionarios reclamaron a la Comisión solicite al Estado el “apego a los principios interamericanos de democratización de los medios, pluralismo, diversidad, no concentración, autonomía de los entes reguladores y reconocimiento de los tres sectores de la comunicación audiovisual”, “repare los aspectos del derecho a la comunicación ya vulnerados”, “acepte el asesoramiento técnico ofrecido por la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión y la reciba en visita oficial” y que “garantice la transparencia, participación plural y representación sectorial en la elaboración de toda norma relativa al derecho a la comunicación”^[5]. El DNU 276/15 ya había motivado una serie de advertencias previas por parte del Relator de la Libertad de Expresión de la CIDH, quien señaló que las medidas afectaban el funcionamiento de los medios de comunicación y el pluralismo, lo que implicaba un retroceso en materia de libertad de expresión^[6].

Asimismo, el nuevo marco regulatorio modificó la órbita de los sistemas de cableoperadores, sobre la cual la LSCA establecía obligaciones en cuanto a composición, orden de las grillas de programación, cuotas de pantalla y obligatoriedad de retrasmisión^[7]. No obstante los cambios, el ENACOM dio marcha atrás a la eliminación de esta última obligación. Por otra parte, una de las características que plantea como novedad el escenario actual es la disputa por el control de los medios dentro del propio sector privado. En este marco, las variables están relacionadas con el proceso de convergencia tecnológica previsto y el aprovechamiento de los ciclos de negocios en ese contexto.

Al margen de los protagonistas, el apoyo hacia el sector del cable va de la mano de un proceso de desjerarquización del sistema de televisión digital terrestre y gratuito, mediante permitir el protagonismo excluyente de la iniciativa privada por sobre el derecho de acceso. Esto se traduce en la disminución de la oferta de canales y contenidos de la Televisión Digital

Abierta- como el caso de *Tele Sur* y *Fútbol para Todos* o la quita de financiamiento publicitario a señales de prueba, sumado al cese de las tareas tendientes a incluir otros canales-; el desfinanciamiento de ARSAT (Empresa Argentina de Soluciones Satelitales), compañía estatal que fue responsable del desarrollo de la TDA; todo esto sumado a la falta de garantías para los medios sin fines de lucro^[8].

En este contexto de vaciamiento, se frenaron las obras para las nuevas instalaciones domiciliarias, los servicios de instalación y la distribución nacional de equipos receptores para los beneficiarios del Plan de Acceso Mi Tv Digital, un programa destinado a democratizar el acceso a la información y la comunicación de cara al apagón analógico previsto para 2019, además de la construcción del satélite Arsat 3.

Por otra parte, la banda de 700MHz fue identificada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones, en 2007, como propicia para brindar servicios móviles de datos. Este espectro había sido atribuido para servicios de radiodifusión, los cuales, a partir de la digitalización, requerirían menos espectro de frecuencia. A esta porción se la llamó “Dividendo Digital”. Rápidamente hubo consenso en las administraciones de la región y el mundo sobre esta utilización^[9].

Como explica Adrián Maglieri, “durante el desarrollo inicial del proceso de unificación provocado por la digitalización muchos autores se apresuraron a predecir la futura existencia de un solo medio que congregara a todos, una especie de *unimedio*, señalando a las computadoras personales. Sin embargo, los rápidos cambios tecnológicos dados en las posibilidades de visualización de contenidos y la apropiación de nuevos equipos, hicieron más bien pensar en una ‘complementación de equipos y servicios’, dada por la apreciación y apropiación que cada sujeto hace de los soportes”(Maglieri, 2016:42). En todo caso, la cuestión es con qué criterio se gestiona, si desde una jerarquización de lo público o de lo privado.

En este sentido, Luis Valle, Director del Posgrado de Televisión Digital y Nuevas Plataformas de la Universidad de La Matanza, expresa: “tal vez sea una buena decisión, pero resulta prematuro el uso de espacios libres de televisión para conectividad. No se puede tomar una decisión así sin realizar una consulta previa con los distintos actores interesados por la importancia que reviste el espectro radioeléctrico”^[10]. Un ejemplo sobre el uso de este

espectro es el litigio del canal comunitario *Antena Negra TV*, cuya frecuencia es disputada por una empresa de seguridad privada.

Recientemente, la Comisión Redactora de la nueva ley de comunicaciones presentó un documento titulado “17 principios que regirán la Ley de Comunicaciones Convergentes”^[11]. La comisión, creada por el actual gobierno para redactar un anteproyecto de la “Ley de comunicaciones” que reemplazaría a las leyes de Servicios de Comunicación Audiovisual y Argentina Digital, utiliza definiciones amplias y ambiguas al referirse a “Comunicaciones Convergentes” como a la falta de distinción entre tecnologías y servicios.

Esta ambigüedad imposibilita a la aplicación de un marco regulatorio sobre un objeto presentado de manera difusa. Sobre esto, Diego Rossi y Luis Lozano (docentes investigadores de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA) publicaron en el diario *Página/12* del 22 de Julio, un análisis pormenorizado sobre el documento donde se destaca que “la falta de precisión deja de lado las reglas que distinguen a los servicios de comunicación audiovisual de los servicios de telecomunicaciones contrariando lo que se hace en todos los países que referencia el derecho comparado, como la Unión Europea y Estados Unidos, entre otros. Es decir, no da cuenta de la diferencia de paradigmas regulatorios entre la Convención de Diversidad Cultural de Unesco y la normativa de la Organización Mundial del Comercio en materia de protección versus liberalización de productos y servicios culturales y educativos. La confusión también impide identificar el objeto a regular: ¿actos? ¿servicios? ¿prestadores?”^[12]

A partir de las sucesivas críticas que viene recibiendo el gobierno de Mauricio Macri por dejar sin efecto la LSCA por decreto, como sobre las ambigüedades del documento presentado por la Comisión Redactora, desde el ENACOM se promociona la creación de un formulario digital bajo el nombre de #SumaTuAporte^[13]. En principio se plantea como una instancia de participación ciudadana para quienes quieran opinar o ser parte del proceso de creación de la nueva Ley, pero se establece un espacio disponible de 300 caracteres para fundamentar, sin la posibilidad de adjuntar algún documento o material multimedia que pueda luego ser publicado. Además, para poder brindar este aporte el ciudadano tiene tiempo hasta el 31 de Noviembre de este año, no pudiendo desarrollar una participación activa durante todo el proceso de ley.

Algunas observaciones en la televisión pública

A partir de la nueva gestión se pueden observar una serie de cambios en la Televisión Pública. Como ya se mencionó, lo que define lo público de un canal -o de una radio- es además de su dependencia a administraciones estatales, su lógica de hacer foco en los ciudadanos como tales y no como meros consumidores, y de respetar y contener también a las minorías televisivas, entendiendo a éstas como a las teleaudiencias que desean ver producciones que carezcan de interés comercial. No obstante se observan cambios en la emisora, desde su propio nombre, antes identificada como la “TV Pública”, junto a contenidos y componentes estéticos, como logotipos, colores, que la acercan a la imagen de los canales privados.

Por un lado, mediante un discurso que manifiesta intentar la priorización de la “información” por sobre la “opinión” se omite que la opinión está en la construcción del hecho noticioso, en la presentación u omisión de este. Es así que se produjo una serie de despidos de los columnistas especializados del noticiero y programas periodísticos, contratados durante la gestión anterior, para ser reemplazados por otros que trabajaron previamente en medios comerciales opositores al anterior Gobierno. En esta línea, bajo el nuevo nombre *Televisión Pública noticias*, el noticiero tiene cuatro ediciones con ausencia de columnas de opinión.

En relación, en un artículo publicado en el diario *Página 12* se hace mención a la eliminación del programa de actualidad internacional conducido por Pedro Brieguer, *Visión Siete Internacional*. La cobertura de los medios audiovisuales privados sobre noticias internacionales son de poca relevancia o bien hay alguna mención al grave problema de la migración. Pero en ningún caso existe un análisis, corresponsales o coberturas especiales sobre procesos electorales. Es ahí donde la TV Pública debe poner voz e imagen. (*Página 12*, 9 de marzo de 2016).

Por otra parte, en la mañana y la tarde tienen lugar programas de interés general - *Pura vida, cada día* y *¡Tomate la Tarde!*, respectivamente- con igual formato que en los canales privados y que no escapan a los convencionalismos y a una sensación aún visible de desconexión con la realidad del momento, más allá de alguna concreta alusión como, por ejemplo, sobre lo que fue en su momento la tragedia de Costa Salguero. En cuanto a la programación cultural, la producción propia se encuentra paralizada y se emiten producciones anteriores del Ministerio de Planificación Federal (como *El marginal*) o enlatados (como la teleserie colombiana *Celia*). Por otra parte permanecen programas como *Otra trama*, *Los siete locos* y *Filmoteca*.

En cuanto a la estética del canal, se cambió por completo la imagen de los *graphs* -palabras y signos ubicados en la base de la pantalla- de los nuevos programas y los separadores que dan comienzo y final a las tandas publicitarias. Una nueva idea visual es representada con placas de formas geométricas; cuadrados, líneas horizontales, verticales y transversales en constante movimiento, un leve ajuste del logotipo en forma de escarapela y alguna mención a las redes sociales que permanecen en la pantalla, junto a la hora y la temperatura. Asimismo, las publicidades institucionales poseen colores vivos y fuertes en la gama de los amarillos, naranjas y verdes. Todos estos elementos construyen en su conjunto una estética particular, que se distancia de la anterior y se asemeja a la de los canales comerciales, vinculado a la búsqueda de una identificación con nuevas audiencias.

Por otra parte, se observaron pocos cambios en otros canales del Sistema de Medios Públicos, como *Pakapakay Encuentro*, con programas repetidos o nuevos contenidos pero previstos desde el año pasado. La nueva programación se empezará a ver recién a fines de este año o principios del próximo. Cabe recordar que ambos canales, al igual que *DxTV*, pertenecen a la sociedad del Estado Educ.ar, creada durante el gobierno de la Alianza. Con la crisis de 2001 parte de los fondos de la empresa se perdió y fue recuperada y relanzada durante la gestión de Néstor Kirchner.

Por su lado, otro de los cambios fue la salida de Argentina del canal *Telesur*, que se planteaba como una visión distinta, alternativa, no hegemónica, sobre los acontecimientos de América Latina y el mundo. A posterior de este hecho, en el mes de marzo se retiró la señal de las cableadoras del país bajo el argumento de una falta de pluralidad. Y a los pocos días se informó que el canal sería eliminada de la grilla de la TDA, según la necesidad de renovarla.

Asimismo, las nuevas autoridades de Radio y Televisión Argentina SA (RTA) han puesto al aire de sus respectivos medios un spot llamado *Ceder la palabra* que trabaja la idea de hacer oír todas las voces, bajo una idea de pluralidad que plantea la tolerancia de las diferencias en vez de incorporarlas en su conflictividad histórica al eliminar los espacios de posibilidad para disputar el sentido de las cosas. Hablar de pluralismo va a contramano de lo que muestra el mapa de medios de comunicación en Argentina, en manos de pocos empresarios (*Página 12*, 9 de marzo de 2016).

Además, a esta idea de pluralismo se suma la de reconciliación - un significante que también fue utilizado durante el menemismo para referirse a sus políticas, sus actores y los medios, en relación a la decisión del indulto-. Así también se hace alusión a la idea de la llamada grieta, un discurso instalado con la finalidad de denostar al gobierno anterior. Todos ellos constituyen significantes aún vacíos de contenido.

En este marco, el análisis de los contenidos de la televisión pública puede dar cuenta de lo que está sucediendo; la participación de las audiencias, la pluralidad y el foco puesto en los ciudadanos o su concepción como consumidores, fenómenos importantes de observar a la luz de las nuevas transformaciones.

A modo de cierre

En la última década se produjo la restitución de una televisión pública con el foco puesto en la construcción de la ciudadanía. Sin embargo, a partir de diciembre de 2015, el nuevo contexto pone en jaque los logros conseguidos y requiere un seguimiento pormenorizado de las modificaciones en materia de normativas sobre los medios de comunicación y sus derivaciones.

En este sentido, los 17 puntos propuestos por la Comisión Redactora para la Ley de comunicaciones convergentes dejan dudas sobre cuál es su objeto a regular y olvidan las reglas que distinguen a los servicios de comunicación audiovisual de los servicios de telecomunicaciones. El documento hace foco en la defensa de la competencia, si bien en el derecho comparado hay consenso de que esta vía no garantiza que haya pluralismo y diversidad.

Es entonces que entendemos que el proyecto de la nueva ley de comunicaciones arrasa con lo logrado hasta el momento por la LSCA en materia de protección del Derecho a la Comunicación, bajo la premisa de adecuar el sistema de medios al nuevo contexto tecnológico.

La convergencia digital es el marco de procesos donde cobran importancia las mediaciones entendidas como procesos de intercambio, producción y consumo simbólico, donde las audiencias pasan a ser sujetos con posibilidades de participación en su rol de ciudadanos.

Pero estos cambios tecnológicos deben estar acompañados de normativas que no menoscaben el valor de lo público frente a los intereses de los sectores privados.

[1]Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. Argentina, regulación y políticas públicas para la televisión digital / Informe 2016. <http://www.observacom.org/sitio/wp-content/uploads/2016/06/Argentina-TDT-final1.pdf>

[2]Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. Nota del 12 de mayo de 2016. “Medios comunitarios y PyMEs plantearon su posicionamiento frente a una nueva ley de comunicaciones”.<http://www.observacom.org/clipping/argentina-medios-comunitarios-y-pymes-plantearon-su-posicionamiento-frente-a-una-nueva-ley-de-comunicaciones/>

[3]Néstor Daniel González. “Ataques a la televisión digital. Derechos en riesgo”. Diario Contexto. Nota del 16 de mayo de 2016. <http://www.diariocontexto.com.ar/2016/05/16/ataques-a-la-television-digital-derechos-en-riesgo/>

[4]Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. “[Cámara de Diputados de Argentina ratifica decreto que rebaja límites a la concentración de la Ley Audiovisual](http://www.observacom.org/nuevo-escenario-de-concentracion-en-argentina-la-camara-de-diputados-ratifico-el-dnu-que-modifica-la-ley-sca-y-argentina-digital/#post_content)”. Nota del 7 de abril de 2016. http://www.observacom.org/nuevo-escenario-de-concentracion-en-argentina-la-camara-de-diputados-ratifico-el-dnu-que-modifica-la-ley-sca-y-argentina-digital/#post_content

[5]Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. “[Sociedad civil denuncia a Argentina ante la CIDH por cambios a Ley Audiovisual. Gobierno promete ´nuevo marco regulatorio acorde con el derecho internacional](http://www.observacom.org/sociedad-civil-denuncia-ante-la-cidh-por-cambios-a-ley-audiovisual-gobierno-promete-nuevo-marco-regulatorio-acorde-con-el-derecho-internacional/)”. Nota del 8 de abril de 2016. http://www.observacom.org/sociedad-civil-denuncia-ante-la-cidh-por-cambios-a-ley-audiovisual-gobierno-promete-nuevo-marco-regulatorio-acorde-con-el-derecho-internacional/#post_content

[6]Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. “[Cámara de Diputados de Argentina ratifica decreto que rebaja límites a la concentración de la Ley Audiovisual](http://www.observacom.org/nuevo-escenario-de-concentracion-en-argentina-la-camara-de-diputados-ratifico-el-dnu-que-modifica-la-ley-sca-y-argentina-digital/#post_content)”. Nota del 7 de abril de 2016. http://www.observacom.org/nuevo-escenario-de-concentracion-en-argentina-la-camara-de-diputados-ratifico-el-dnu-que-modifica-la-ley-sca-y-argentina-digital/#post_content

[7]Néstor Daniel González. “Ataques a la televisión digital. Derechos en riesgo”. Diario Contexto. Nota del 16 de mayo de 2016. <http://www.diariocontexto.com.ar/2016/05/16/ataques-a-la-television-digital-derechos-en-riesgo/>

[8]Ídem.

[9] Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. “[El Dividendo Digital será clave para el despliegue de 4G y la universalización de internet en América Latina](http://www.observacom.org/el-dividendo-digital-sera-clave-para-el-despliegue-de-4g-y-la-universalizacion-de-internet-en-america-latina/)”. Nota del 29 de abril de 2015. <http://www.observacom.org/el-dividendo-digital-sera-clave-para-el-despliegue-de-4g-y-la-universalizacion-de-internet-en-america-latina/>

[10] Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. “[Debaten uso de ‘white spaces’ en el espectro de TV para acceso a internet en Argentina](http://www.observacom.org/debaten-uso-de-white-spaces-en-el-espectro-de-tv-para-acceso-a-internet-en-argentina/). Nota del 25 de agosto de 2016. <http://www.observacom.org/debaten-uso-de-white-spaces-en-el-espectro-de-tv-para-acceso-a-internet-en-argentina/>

[11]http://www.enacom.gob.ar/institucional/la-comision-redactora-presento-los-17-principios-de-la-nueva-ley_n1271

[12]Página 12. “Divergencias ante la convergencia”. Nota del 21 de julio de 2016. <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-304692-2016-07-21.html>

[13] <http://www.enacom.gob.ar/ley-de-comunicaciones>

Bibliografía:

- Alfonso, Alfredo et al. Informe del proyecto de investigación: *Los migrantes en la pantalla chica*. Anuario de investigaciones científicas de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. 2009/10.
- Castells, Manuel. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza. 2001.
- García Canclini, Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos ciudadanos de la globalización*. México D.F: Editorial Grijalbo. 1995.
- Huerdo, Jorge. *Mapas y viajes por el campo de Comunicación/ Educación*. Congreso de Comunicación/Educación. Desafíos en tiempos de restitución de lo público. N° 75 / diciembre de 2013. Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura. ISSN 1668-5547.
- Igarza, R. (2008). *Nuevos medios: estrategias de convergencia*. Buenos Aires, La Crujía.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Maglieri, Adrian. *Televisión pública y convergencia digital*. Editorial Autores de Argentina. Buenos Aires. 2016.
- Martín Barbero, Jesús; Germán Rey y Omar Rincón .*Televisión pública, cultural, de calidad*. Revista Gaceta, N° 47. Bogotá. Ministerio de Cultura. Diciembre de 2000. Pág. 50-61. Disponible en http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/television/textos/martin_barbero_tpvu_blicacalidad.htm
- Orozco Gómez, G. (2009). *Entre pantallas. Nuevos escenarios y roles comunicativos de sus audiencias-usuarios*. En Miguel Ángel Aguilar, Eduardo Nipón y otros. *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica*. Barcelona: Anthropos/uam-iztapalapa.

-Orozco Gómez, G. (2011), 'Estar' como audiencia y 'Ser' audiencia en el siglo XXI, en Indicadores culturales 2010, Instituto de Políticas Culturales Patricio Lóizaga, Universidad Nacional Tres de Febrero, Buenos Aires, pp. 87-97.

-Orozco Gómez, G. (2012), *Televisión y producción de interacciones comunicativas*, Nueva época, N.º 18, pp. 39-54.

-Rincón, Omar, *No son los contenidos, son las narrativas y los formatos*, en *Pensar la Televisión Pública ¿Qué modelos para América Latina?*, comp. Guerín y otros. La Crujía, Buenos Aires, 2013.

-Rincón, Omar (compilador). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires, La Crujía, 2005.

-Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

-Verón, E. (2013), *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*, Buenos Aires: Paidós.

Fuentes legislativas:

-Decreto 267/2015. Ente Nacional de Comunicaciones. InfoLeg – Información legislativa. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Presidencia de la Nación.

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/257461/norma.htm>

- Decreto 678/2016. Ente Nacional de Comunicaciones. InfoLeg – Información legislativa. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Presidencia de la Nación.

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/260000-264999/261371/norma.htm>

-Resolución 1394/2016. Ente Nacional de Comunicaciones. InfoLeg – Información legislativa. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Presidencia de la Nación.

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/260000-264999/260759/norma.htm>

Sitios Web:

- Ente Nacional de Comunicaciones. Comisión redactora para la nueva Ley de Comunicaciones. Ministerio de Comunicaciones. Presidencia de la Nación. [Cuarta reunión para la elaboración de la nueva Ley de Comunicaciones](http://www.enacom.gob.ar/nueva-ley-comunicaciones/cuarta-reunion-para-la-elaboracion-de-la-nueva-ley-de-comunicaciones_n1191). 11 de mayo de 2016. http://www.enacom.gob.ar/nueva-ley-comunicaciones/cuarta-reunion-para-la-elaboracion-de-la-nueva-ley-de-comunicaciones_n1191

-González, Leonardo. *Los spots del falso pluralismo*. Diario Página 12. Nota del 9 de marzo de 2016. <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-294091-2016-03-09.html>

- González, Néstor Daniel. “Ataques a la televisión digital. Derechos en riesgo”. Diario Contexto. Nota del 16 de mayo de 2016. <http://www.diariocontexto.com.ar/2016/05/16/ataques-a-la-television-digital-derechos-en-riesgo/>

- López, Fernando. “Camino a la liberalización publicitaria: un 678 en favor de los monopolios mediáticos”. Diario Contexto. Nota del 17 de mayo de 2016. <http://www.diariocontexto.com.ar/2016/05/17/camino-a-la-liberalizacion-publicitaria-un-678-en-favor-de-los-monopolios-mediaticos/>

-Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. Argentina, regulación y políticas públicas para la televisión digital / Informe 2016. <http://www.observacom.org/sitio/wp-content/uploads/2016/06/Argentina-TDT-final1.pdf>

-Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. “[Sociedad civil denuncia a Argentina ante la CIDH por cambios a Ley Audiovisual. Gobierno promete ´nuevo marco regulatorio acorde con el derecho internacional](http://www.observacom.org/sociedad-civil-denuncia-ante-la-cidh-por-cambios-a-ley-audiovisual-gobierno-promete-nuevo-marco-regulatorio-acorde-con-el-derecho-internacional)”. Nota del 8 de abril de 2016. http://www.observacom.org/sociedad-civil-denuncia-ante-la-cidh-por-cambios-a-ley-audiovisual-gobierno-promete-nuevo-marco-regulatorio-acorde-con-el-derecho-internacional/#post_content

-Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. “[Cámara de Diputados de Argentina ratifica decreto que rebaja límites a la concentración de la Ley Audiovisual](http://www.observacom.org/nuevo-camara-de-diputados-de-argentina-ratifica-decreto-que-rebaja-limites-a-la-concentracion-de-la-ley-audiovisual)”. Nota del 7 de abril de 2016. [http://www.observacom.org/nuevo-](http://www.observacom.org/nuevo-camara-de-diputados-de-argentina-ratifica-decreto-que-rebaja-limites-a-la-concentracion-de-la-ley-audiovisual)

[escenario-de-concentracion-en-argentina-la-camara-de-diputados-ratifico-el-dnu-que-modifica-la-ley-sca-y-argentina-digital/#post_content](#)

-Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. Nota del 2 de mayo de 2016. “Impacto en medios comunitarios de la nueva política de comunicación en argentina” <http://www.observacom.org/impacto-en-medios-comunitarios-de-la-nueva-politica-de-comunicacion-en-argentina/>

- Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. Nota del 12 de mayo de 2016. “Medios comunitarios y PyMEs plantearon su posicionamiento frente a una nueva ley de comunicaciones”. <http://www.observacom.org/clipping/argentina-medios-comunitarios-y-pymes-plantearon-su-posicionamiento-frente-a-una-nueva-ley-de-comunicaciones/>

-Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. “El Dividendo Digital será clave para el despliegue de 4G y la universalización de internet en América Latina”. Nota del 29 de abril de 2015. <http://www.observacom.org/el-dividendo-digital-sera-clave-para-el-despliegue-de-4g-y-la-universalizacion-de-internet-en-america-latina/>

-Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación en Medios y Convergencia. “Debaten uso de ‘white spaces’ en el espectro de TV para acceso a internet en Argentina”. Nota del 25 de agosto de 2016. <http://www.observacom.org/debaten-uso-de-white-spaces-en-el-espectro-de-tv-para-acceso-a-internet-en-argentin/>

-Página 12. “Divergencias ante la convergencia”. Nota del 21 de julio de 2016. <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-304692-2016-07-21.html>

-Prensario Internacional. Nota del 25 de abril de 2016. “Argentina establece nuevo reglamento de TV paga”. <http://www.prensario.net/15951-Argentina-establece-nuevo-reglamento-de-TV-paga.note.aspx>

-Revista Fibra. Tecnologías de la comunicación. Nota del 22 de abril de 2016. “Se aprobó el nuevo reglamento de TV paga”. <http://revistafibra.info/se-aprobo-nuevo-reglamento-tv-paga/>