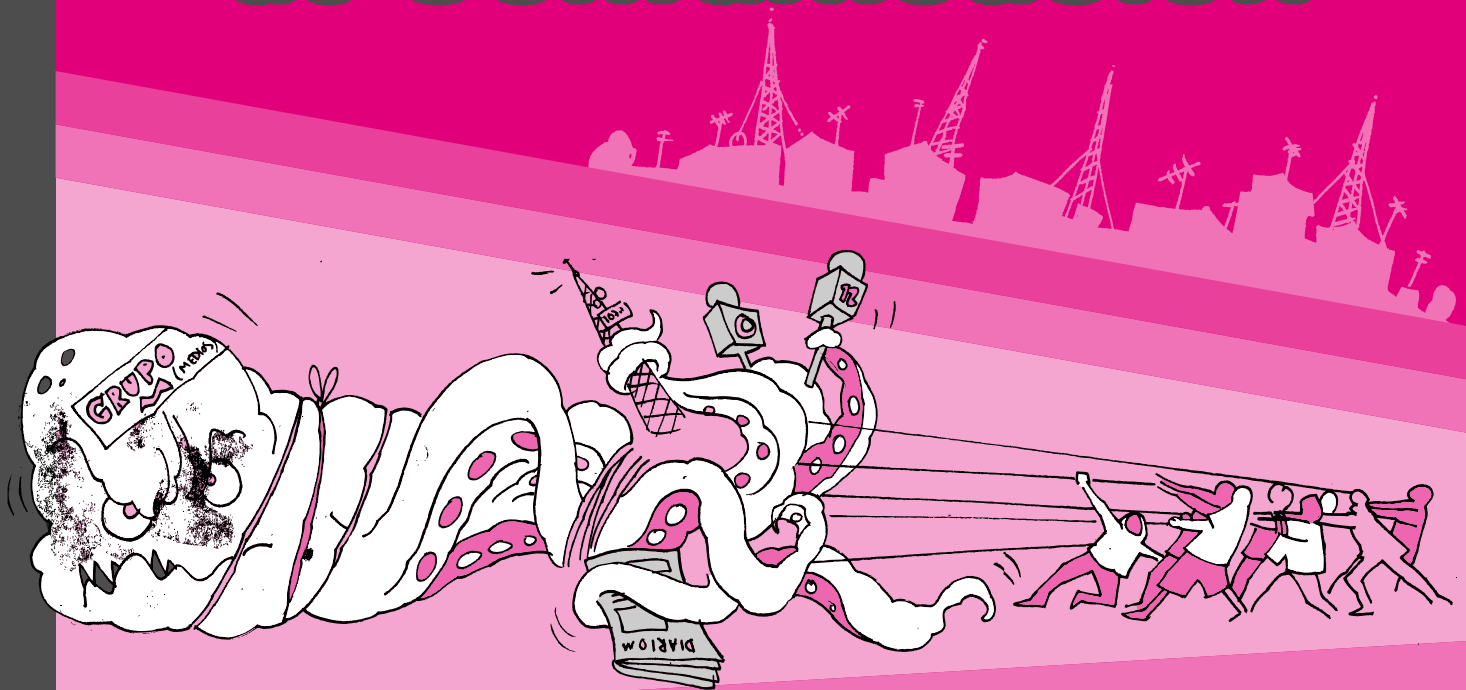


# 7

Curso Anual de Comunicación Popular

# Políticas Nacionales de Comunicación



**Facultad de Ciencias Sociales  
Universidad de Buenos Aires**

**Decano**  
Glenn Postolski

**Secretaria de Extensión**  
Stella Escobar

**Carrera de Ciencias de la Comunicación**  
Director  
Diego De Charras

**Curso Anual de Comunicación Popular**  
Coordinador  
Ramiro Coelho

**Consejo Nacional de  
Coordinación de Políticas Sociales**

**Presidenta de la Nación**  
Cristina Fernández de Kirchner

**Presidenta Honoraria**  
Dra. Alicia Margarita Kirchner

**Secretaria Ejecutiva**  
Dra. María Matilde Morales

**Centro Nacional de Organizaciones  
de la Comunidad (CENOC)**  
**Directora**  
Lic. Beatriz Baltroc

**Autoridad Federal de Servicios  
de Comunicación Audiovisual**

**Presidente**  
Martín Sabbatella



AUTORIDAD FEDERAL  
DE SERVICIOS  
DE COMUNICACIÓN  
AUDIOVISUAL



Políticas nacionales de comunicación audiovisual /  
Dolores Guichandut ; Sofía Perea ; Mariano Carril. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires :  
Departamento de Publicaciones de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad  
de Buenos Aires, 2014.  
20 p. ; 30x30 cm.

ISBN 978-987-3810-09-1

1. Políticas Públicas. 2. Comunicación Audiovisual. I. Perea, Sofía II. Carril, Mariano III. Título  
CDD 320.6

Fecha de catalogación: 11/12/2014



**Equipo de redacción**

Dolores Guichandut  
Sofía Perea  
Mariano Carril

**Diseño Gráfico**  
Pablo Carballo

**Ilustraciones**  
Emilio Utrera

**Mediación pedagógica**  
Diego Jaimes

# Comunicación popular, Universidad y Organizaciones Sociales

Desde quienes integramos el equipo de coordinación del **Curso Anual de Capacitación en Comunicación Popular**, la **Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Sociales**, el **Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad (CENOC)** y la **Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA)**, les damos la bienvenida a los/as compañeros/as de la diversas organizaciones sociales, sindicales y medios populares que se suman a este espacio educativo.

Lo hacemos con la intención de **facilitar la producción de conocimientos de comunicación** mediante el encuentro entre los saberes de las diversas formas de **organización social** y la **universidad pública, con la certeza que se construyen colectivamente, cada cual desde su lugar, su historia y su experiencia.**

Asistimos a un momento histórico, donde queda claro que **la comunicación es estratégica para encarar procesos de cambio y transformación social**, como lo demostró la lucha por la **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual**, una marca de la época de la cual somos parte y pretendemos continuar en el tiempo.

Trabajar en conjunto permite caminar hacia un amplio horizonte de trabajo en torno a **dos desafíos** que resultan estratégicos para las carreras de comunicación de las universidades públicas: una mayor **visibilidad** en la agenda mediática de las problemáticas sociales de los sectores populares y sus organizaciones -generalmente invisibilizados en la agenda mediática hegemónica-, y la construcción colectiva de conocimiento aplicada al fortalecimiento de la gestión de lo **público**.

A través de los contenidos de esta colección de cuadernillos buscamos **fortalecer estas capacidades comunicativas de las diversas formas de organización popular**, en dirección a una democratización que permita ampliar derechos, generando voces más audibles y realidades más visibles en los espacios comunes a todos/as.

Esperamos también que estos materiales sirvan como insumo para **otras prácticas de formación, debate y capacitación**, que desde otras realidades puedan también sumar sus miradas y experiencias complementarias a las que podemos desarrollar en nuestro contexto.

## Índice

1	Políticas Nacionales de Comunicación: concepto y contexto	5
2	Políticas de comunicación en la Argentina: Un poco de historia	11
3	Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Breve historia de la Ley de Medios	17

# Objetivos de este material

Poner en común los principales hitos históricos en la definición de Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) a nivel internacional.

Debatir el rol del Estado en los procesos de democratización de la comunicación y en la promoción de ésta como un derecho humano fundamental.

Reconocer los avances en la legislación en materia comunicacional en Argentina desde la primera mitad del siglo XX hasta el presente.

En consecuencia con el objetivo precedente, describir en detalle los alcances fundamentales de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

# 1 Políticas Nacionales de Comunicación: concepto y contexto



“ Un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación en un país. ”

Luis Ramiro Beltrán,  
comunicador boliviano, 1976



Durante la **década del 70** surge en el seno de la **UNESCO** (Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura) el **debate internacional** entre los países desarrollados y los del tercer mundo, debate en el que la **comunicación y la información** emergen como dos aspectos claves vinculados al desarrollo cultural e identitario de una Nación.

El **punto de partida** de este debate era la **denuncia** por parte de **países periféricos** (del llamado Tercer Mundo) de un **desequilibrio** en materia de información y comunicación expresado, entre otras cosas, por el hecho de que **dos agencias de noticias de Estados Unidos** monopolizaban el tráfico internacional en lo concerniente a América latina: **UPI (United Press International) y AP (Associated Press)**. Situación, que reproducía las lógicas de poder hegemónicas.

En esta etapa, se hace referencia a la noción de **“Imperialismo cultural”** para dar cuenta de los procesos de **colonización y dependencia** por parte de los países centrales hacia los periféricos no sólo en lo económico y lo político, sino también en lo cultural ya que las atribuciones en torno a la comunicación están en gran parte en manos de quienes detentan el poder económico. (Argumedo, 1987, p.261)

En la **IV Conferencia de Jefes de Estado de los países No Aliados**, desarrollada en **1973 en Argel**, los países periféricos denuncian “formas de **dependencia cultural** (...) y subrayan la necesidad de reafirmar la **identidad cultural y nacional**, de eliminar las secuelas nefastas de la era colonial y que sean preservadas su cultura y sus tradiciones nacionales” (Argumedo, 1987, p.260)

Este proceso vino de la mano de la necesidad de instaurar un **Nuevo Orden de la Información y la Comunicación (NOMIC)** y un **Nuevo Orden Económico Internacional (NOEII)**, es decir, un flujo informacional y un reparto económico más equitativo.

En este marco emerge la necesidad de que el **Estado** desarrolle **Políticas Nacionales de Comunicación** ya que carecía de sentido democratizar las relaciones internacionales en materia de comunicación si al interior de los países se mantenían situaciones de desequilibrio e injustas. Así pues se enfrentaba la noción del **libre flujo de la información** a la de **intervención a partir de políticas nacionales**. O en otros términos: “cultura-mercancía-cómo-cualquier-otro y la cultura-derecho-identidad.” (Zallo, 2005, p.77)

En **1976** se creó la **Comisión Internacional para el Estudio de los problemas de la Comunicación** que en 1980 presentó el Informe **“Un solo mundo, voces múltiples”** conocido como el **Informe Mc Bride**, en homenaje a Sean Mc Bride, quien presidió dicha Comisión.

Este informe enriquece el debate al introducir nociones de **acceso y participación, servicio público, planificación de la comunicación...** en otras palabras empieza a hablarse de una **comunicación democrática**:

“ Una palabra utilizada y desarrollada en más de una sección del Informe MacBride empieza a adquirir resonancia y numerosos ecos: comunicaciones democráticas, democratización de las comunicaciones ”

Roncagliolo, 1995



## INFORME "UN SOLO MUNDO. VOGES MÚLTIPLES"

"La reivindicación de una democratización de la comunicación tiene múltiples connotaciones, muchas más de las que se suele creer. **Comprende evidentemente el suministro de medios más numerosos y más variados a un mayor número de personas**, pero no puede reducirse simplemente a unos aspectos cuantitativos y a un suplemento de material.

"**Implica un acceso mayor del público a los medios de comunicación existentes pero el acceso no es sino uno de los aspectos de la democratización.** Significa también unas posibilidades mayores -para las naciones, las fuerzas políticas, las comunidades culturales, las entidades económicas y los grupos sociales- de **intercambiar informaciones en un mayor plano de igualdad**, sin una dominación de los elementos más débiles y sin discriminaciones contra nadie.

"En otras palabras, implica un cambio de perspectiva. Se requiere indudablemente una información más abundante, procedente de una **pluralidad de fuentes** pero, **si no hay posibilidad de reciprocidad, la comunicación no será realmente democrática.**

"Sin una circulación de doble sentido entre los participantes, sin la existencia de **múltiples fuentes de información** que permitan una mayor selección, sin un desarrollo de las oportunidades de cada individuo de tomar unas decisiones basadas en un conocimiento completo de unos hechos heteróclitos y de unos puntos de vista divergentes, sin una **mayor participación de los sectores, los espectadores, y los oyentes en la adopción de decisiones y en la constitución de los programas de los medios de comunicación social**, la verdadera democratización no llegaría a ser una realidad."

Siguiendo a Margarita Graziano (1986), podemos distinguir **dos etapas**:

1. **Formalista**: se identifica al **Estado** como el actor que debe intervenir en relación a la comunicación.
2. **Contenidista**: es necesario garantizar que la intervención por parte del Estado sea en términos democráticos, para ello una política nacional de comunicación debe incorporar elementos claves vinculados al **acceso**, la **participación**, la **pluralidad** y **diversidad** para que sea verdaderamente transformadora.

La comunicadora cordobesa María Cristina Mata, por su parte, señala que si bien la Comisión encargada de elaborar el informe se había centrado en un primer momento en la problemática de los flujos de información mundial y la necesidad de políticas nacionales de comunicación, en una segunda instancia hacia la década del 80, el debate pasó por la necesidad de **crear alternativas** que garantizaran la democratización de la comunicación y la **participación del pueblo** en los procesos comunicacionales (Mata, 2011). En este sentido, refuerza la autora, muchos sostienen que se trató de una legitimación a las experiencias de comunicación alternativa.



## ¿QUÉ QUEREMOS DECIR CUANDO HABLAMOS DE UNA COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA?

### ¿QUÉ SENTIDO DE DEMOCRACIA QUEREMOS CONSTRUIR?

#### Democracia social

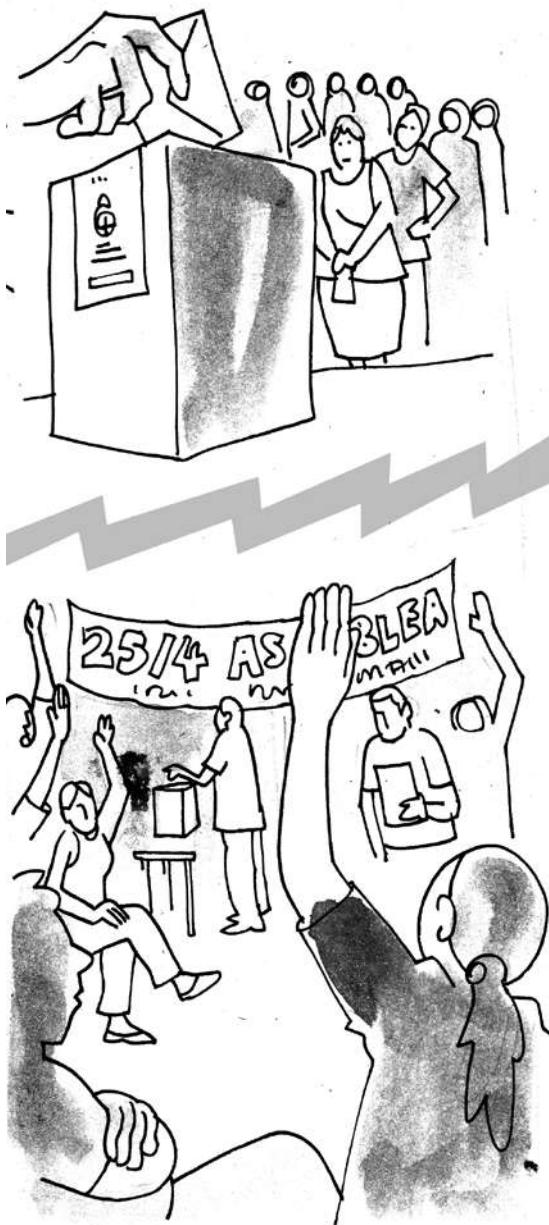
Esta concepción apela a la participación popular en instancias de diálogo y negociación entre los diversos actores sociales y los gobiernos, con el fin de alcanzar decisiones basadas en el consenso. De este modo, no reduce la participación al voto.

#### Democracia liberal:

- Limita la democracia a una forma de gobierno, y reduce la política a la práctica del voto.
- Despolitiza a la sociedad civil, a la economía y a los hombres concretos.

Privatiza la toma de decisión sobre los aspectos de la vida en sociedad.

	Democracia Liberal	Democracia social
<b>Participación</b>	Pasiva (Sustitución)	Activa
<b>Sujeto</b>	Abstracto	Concreto
<b>Libertad</b>	Libertad de/Autonomía (frente al estado)	Para participar/Inclusión
<b>Estado</b>	Pequeño, decide retraerse	Regulador e interventor
<b>Mercado</b>	Regulador	Regulado





## ¿POR QUÉ EL ESTADO DEBE REGULAR LA RADIODIFUSIÓN?

Los **medios de radiodifusión** se caracterizan por emitir utilizando **bandas de frecuencias** del **espectro radioeléctrico**.

## ¿QUÉ ES EL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO?

La **Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC)** lo define como un **recurso natural**, de carácter **limitado**, que constituye un bien de **dominio público**, sobre el cual el **Estado** ejerce su soberanía. Es asimismo, un **medio intangible** que puede utilizarse para la prestación de diversos servicios de comunicaciones, de manera combinada o no con medios tangibles como cables, fibra óptica, entre otros.

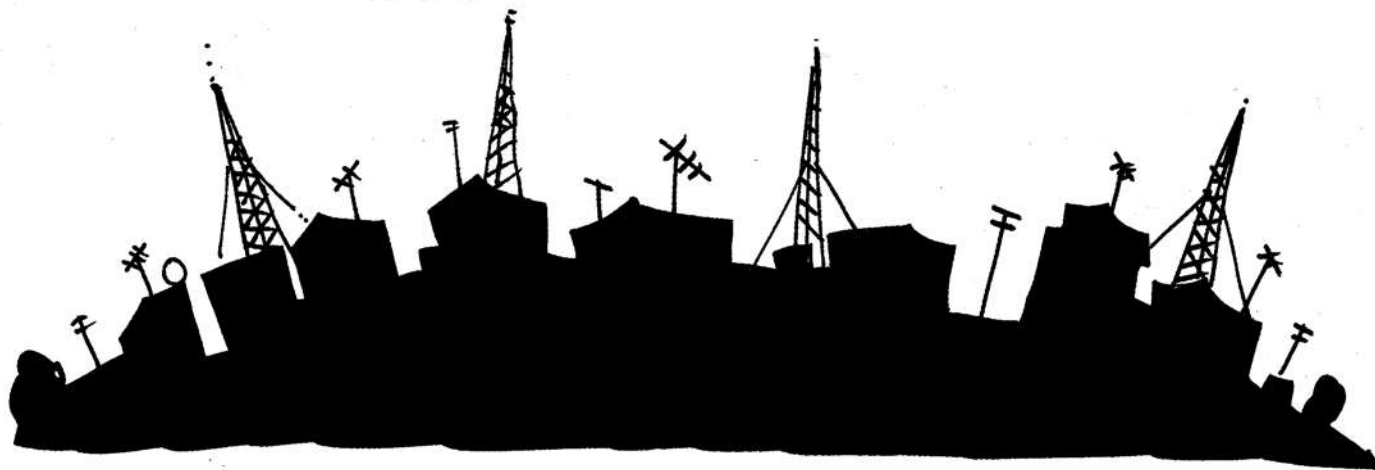
Está compuesto por un conjunto de frecuencias que se agrupan en "**bandas de frecuencias**" y puede ser utilizado por:

- Los titulares de una **Licencia Única de Telecomunicaciones** para la prestación de Servicios de comunicaciones inalámbricas, radiodifusión sonora y televisión (Servicios de Radiodifusión (AM, FM, TV), Internet, Telefonía Fija y Celular, brindados por un prestador o licenciataria);

- Los titulares de **Autorizaciones para operar Sistemas** relacionados con seguridad, defensa, emergencias, transporte e investigación científica, así como aplicaciones industriales y domésticas (Sistemas de Radionavegación Marítimas y Aeronáuticas, Sistemas de Seguridad (Aeropuertos, Alarmas, Radiolocalización de vehículos, Monitoreo, etc.), diversos Sistemas y Servicios Radioeléctricos tanto de uso civil como militar (Fuerzas de Seguridad, FFAA, Policía, Bomberos, Defensa Civil, Salud Pública, Radioaficionados, Radiotaxis, Radiomensajes, etc.).

Es uno de los elementos sobre los que se basa el sector de la **información** y las **comunicaciones** para su desarrollo y, para todo **ciudadano**, se traduce en un **medio** para acceder a la información.

Para que dichos sistemas de comunicaciones puedan funcionar correctamente y sin interferir a otros, el espectro se divide y se atribuyen bandas específicas para la operación de los servicios mencionados.



## EN SÍNTESIS, EL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO SE CARACTERIZA POR SER:

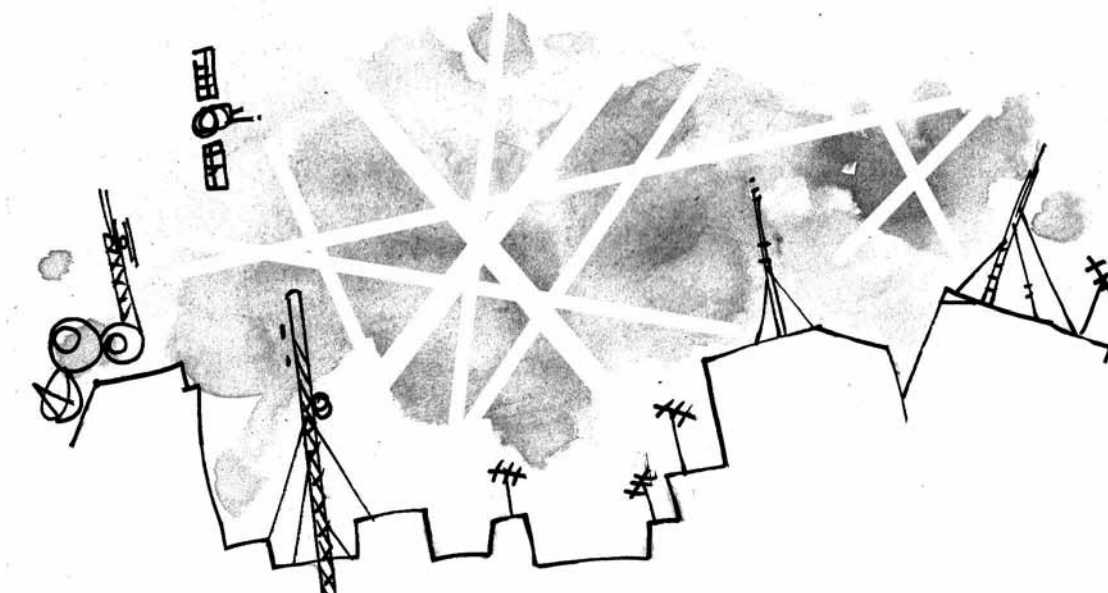
- Recurso natural
- Carácter limitado
- Bien de dominio público, sobre el cual el Estado ejerce su soberanía
- Medio intangible
- Compuesto por un conjunto de frecuencias que se agrupan en bandas de frecuencia
- Puede ser utilizado para prestar servicio de comunicación inalámbrico, servicio de radiodifusión (am, fm, tv)

El espectro al ser un recurso finito debe ser regulado. El Estado puede asumir **tres formas de regulación**:

**1: Monopolio público**, regulado por una entidad independiente y autónoma

**2: Mixto**: el Estado controla y otorga las licencias mediante llamado a concurso. Se reserva para sí licencias para explotación propia. La autoridad de control es un ámbito colegiado con participación federal. Ej: algunos países de Latinoamérica como Argentina.

**3: Estado** sólo cumple un rol **subsidiario**, controla pero explotan las licencias el sector privado.



# 2 Políticas de Comunicación en la Argentina: Un poco de historia

La **Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual** sancionada en el año **2009** no es la primera regulación en materia de medios. Como tampoco lo es la **Ley 22.285** sancionada bajo dictadura militar en **1980**.

Desde la primera transmisión de radio en **1920** encontramos intentos por parte del Estado de **regular la radiodifusión**. En los primeros años, **decretos, manuales de instrucciones, folletos**, funcionaban como parches frente a los vacíos legales justificados, sobre todo en aquella época, en el desconocimiento que se tenía respecto de la potencialidad del nuevo medio de comunicación.

## PERONISMO: PRIMERA LEY DEMOCRÁTICA

La **primera Ley de Medios** vino de la mano del **peronismo**. En el año **1953** el Congreso aprobó la **Ley 14.241**, a partir de la cual se produjo un llamado a licitación para las tres cadenas radiales existentes (emisora de cabecera + repetidoras locales + un canal de televisión). Esta Ley se enmarca en una **política de comunicación integral** que tuvo el **peronismo** y que se plasma en los **planes quinquenales** como en medidas vinculadas al cine. En términos generales, el servicio de radiodifusión tenía como fundamento el principio de subordinación del interés particular al interés social, cultural, económico y político de la nación.



## LEY 14241: RASGOS PRINCIPALES

- Sancionada el 28 de septiembre de 1953 bajo el gobierno de Juan D. Perón
- La radiodifusión se entiende como “Servicio de interés público”
- Las licencias se otorgaban por 20 años
- Podían ser licenciarios: argentinos nativos, en caso de personas jurídicas o sociedades el 70% debía ser capital argentino, poseer un plan de acción en relación a la licencia solicitada
- Creaba el Sistema Internacional de Radiodifusión y el Servicio Oficial de Radiodifusión
- El organismo competente (autoridad de aplicación) era el Ministerio de Comunicaciones



Hasta la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el año 2009 fue la única ley de medios sancionada por un gobierno elegido de manera democrática.

La radiodifusión argentina adoptó el modelo estadounidense, que posee las siguientes características principales:	El modelo europeo, en cambio, tiene como rasgos fundamentales:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financiamiento por publicidad</li> <li>- Conformación en cadenas o redes, lo que favorece al proceso de centralización de la producción de contenidos en centros urbanos y la repetición de los mismos por parte de las emisoras del interior.</li> <li>- Sistema explotado por privados con fines de lucro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monopolio público</li> <li>- Financiamiento del erario público</li> <li>- Objetivo: educar, entretener, informar</li> </ul>

## LA REVOLUCIÓN LIBERTADORA: EL DECRETO 15460/57

En 1955 el golpe de Estado encabezado por el **Gral. Aramburu** no sólo derroca a Perón mediante el uso de la fuerza sino también **deroga la ley de radiodifusión** sancionada en 1953. En su lugar sanciona el **Decreto 15460** que prohíbe el capital extranjero y la conformación de redes, sin embargo como es una constante en la historia argentina, ambas restricciones fueron sorteadas. En los hechos, las productoras de contenidos norteamericanas **ABC, CBS, NBC** controlaban los **nuevos canales de televisión** que se licitaron en la década del 60. La **explotación** seguía siendo **comercial** y sólo podían acceder unos pocos, aquellos con capacidades económicas para solventar la inversión necesaria.

## DICTADURA MILITAR: DECRETO LEY 22285/80

En **1980** la Dictadura promulga el **Decreto Ley Nº 22.285** que se constituirá en la norma que regulará la radiodifusión hasta el año 2009. Esta Ley de radiodifusión establecía un **sistema privado nacional** con un **fuerte control y centralización** por parte del gobierno de facto.

### LEY 22285/80

- Considera la radiodifusión como Servicio de Interés Público
- Licenciarios: personas físicas o jurídicas con fines de lucro, argentinas o naturalizadas con más de 10 años de residencia en el país.
- Objeto único de negocio: los licenciarios debían tener como fin exclusivamente la explotación de un servicio de radiodifusión.
- Capital extranjero prohibido
- Empresas gráficas no podían explotar licencia de radiodifusión

- Las sociedades no podían tener más de 20 miembros
- Multiplicidad de Licencias: 3 licencias de radio y tv en distintas áreas de cobertura más una en zona de frontera
- Prohibida la emisión en red
- Las licencias duraban 15 años con la posibilidad de prorrogarse de manera automática por 10 años más.
- Rol subsidiario del Estado
- Autoridad de aplicación: Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), organismo que dependía directamente de Poder Ejecutivo Nacional y cuyo directorio estaba conformado por representantes de los Comandos en Jefe del Ejército, de la Armada y de la Fuerza Aérea; por miembros de la Secretaría de Información Pública, de la Secretaría de Estado de Comunicaciones y de las Asociaciones de Licenciarios (uno correspondiente a la radio y otro a la TV).

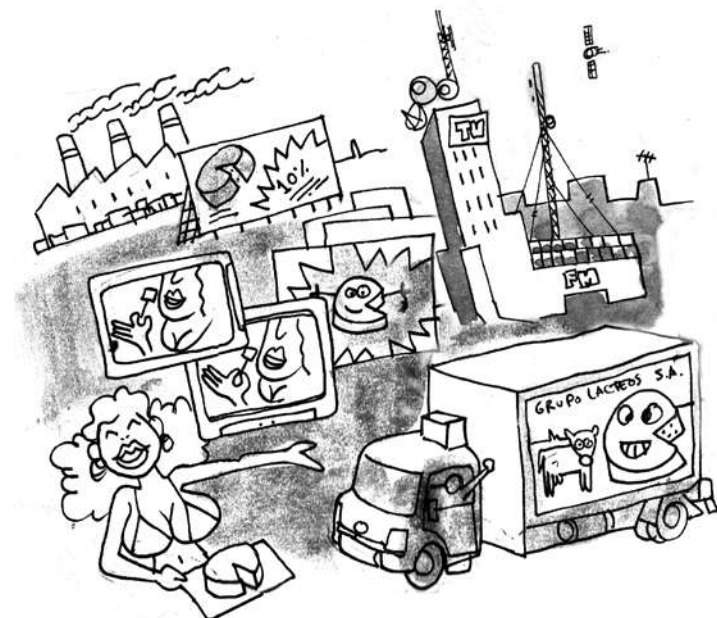


## LOS NOVENTA

Durante la **década del 90**, la Ley de Radiodifusión vigente sufrió grandes transformaciones que favorecieron a la conformación de un **sistema de medios concentrado**, con presencia de capital extranjero así como del sector financiero. La decisión del entonces presidente **Carlos Saúl Menem** fue la de **favorecer a los sectores empresarios dominantes de la comunicación**, fundamentalmente **Clarín y Telefónica**.

En la década encontramos **dos momentos**:

- Los **primeros cuatro años** se caracterizan por la conformación de **multimedios nacionales** en un mercado oligopólico,
- Mientras que en la **segunda mitad** de la década se consolida un sistema de medios con partícipes **extranjeros** y del sector **financiero**.



## DÉCADA DEL 90:

### 1989 - Ley de Reforma del Estado y de Emergencia económica

- Se permite a medios gráficos acceder a licencias de radiodifusión
- Se permite conformar sociedades de más de 20 miembros
- Se elimina el objeto único de negocio

### 1994 - Reforma de la Constitución Nacional

- Los tratados internacionales de reciprocidad pasan a tener rango de ley, por lo cual se permite el capital proveniente de algún país que haya firmado un tratado de ese tipo con Argentina. Tal es el caso de Estados Unidos y el tratado firmado en el año 1991

### 1999: Decreto 1005

- Multiplicidad de licencias: cada Licenciatario ahora puede tener hasta 24 licencias de radiodifusión facilitando la concentración en pocos operadores
- Se permite la emisión en cadena, lo que implica la repetición de contenidos por todo el país.
- Se permite capital extranjero
- Se permite la transferencia de licencias

Hasta la **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual** sancionada en el año **2009**, las regulaciones en materia de medios presentan las siguientes características generales:

- Regulan en un **sistema privado y comercial**
- Incluyen en el sistema de medios al sector privado con fines de lucro y al sector estatal, **dejando por fuera a sectores sin fines de lucro**, reafirmando una concepción netamente mercantil de la comunicación.
- Los **sectores privados dominantes** de manera **individual** o aglutinados en **Cámaras Empresarias** han incidido y determinado la aprobación o modificación de regulaciones en materia de medios, siempre en defensa de sus intereses.

# 3 Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

## Breve historia de la Ley de Medios



El **10 de octubre del año 2009** se votó en el **Congreso de la Nación la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual**. En esa histórica votación que duró hasta la madrugada se proclamó una ley en la que se expresaba una extensa lucha de los sectores vinculados a la comunicación.

En **marzo del 2009** desde el **Teatro Argentino de La Plata la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner** lanza un **Anteproyecto** de ley de servicios de comunicación audiovisual para ser discutido a lo largo y ancho del país en foros participativos de consulta pública. Se abrió además desde el organismo regulador **COMFER** un mail para que cualquier persona a

título personal o en representación de un colectivo pudiera realizar sus sugerencias.

Este ante proyecto retomaba, entre otras cosas, el trabajo que desde el **año 2004** venía llevando adelante la **Coalición por una Radiodifusión Democrática** conformada por universidades, sindicatos, organismos de derechos humanos, movimientos sociales, etc. Un trabajo que sentó las bases para una comunicación democrática con la elaboración de **21 puntos**, cantidad que representaba cada uno de los años en los que la palabra no había sido democratizada, desde **1983**.

Entre otras cosas, estos **21 puntos** proponen una comunicación democrática en la que el **derecho a la comunicación** esté garantizado, en la que existan normas que promuevan la diversidad cultural y el pluralismo comunicacional y eviten la concentración de la propiedad. Respecto de la adjudicación de licencias la **Coalición** focaliza en la necesidad de que el proceso sea transparente y debidamente registrado, y que puedan acceder a las mismas prestadores públicos y privados con o sin fines de lucro. Los 21 puntos también señalan la necesidad de promover la producción local y propia.

La aprobación de la Ley generó una **fuerte reacción** principalmente de los **grupos concentrados de medios** y de legisladores de la oposición política quienes, por medio de **medidas cautelares**, impidieron que la norma pueda aplicarse plenamente hasta el **29 de octubre del año 2013**, fecha en la que la **Corte Suprema de Justicia** declaró la constitucionalidad de la misma.

Lo cierto es que la **Ley** reglamentada a través del **Decreto 1225/10** es una realidad. Hoy contamos con una ley de la democracia que:

“ (...) sienta las bases de un nuevo paradigma en materia comunicacional: de una plataforma que piensa al sistema mediático desde una lógica mercantil a otra que piensa la comunicación como bien social. Ahora la ciudadanía sabe quién es el que emite y desde que lugar. Ahora el Estado cuenta con el instrumento para garantizar que haya cada vez más y diferentes voces que traigan nuevas agendas, nuevas estéticas, nuevas miradas. Otra cercanía con las audiencias, mayores fuentes de trabajo para el área de la comunicación y la cultura, fortalecimiento de los medios públicos.

Baranchuk, 2010, p. 28

”



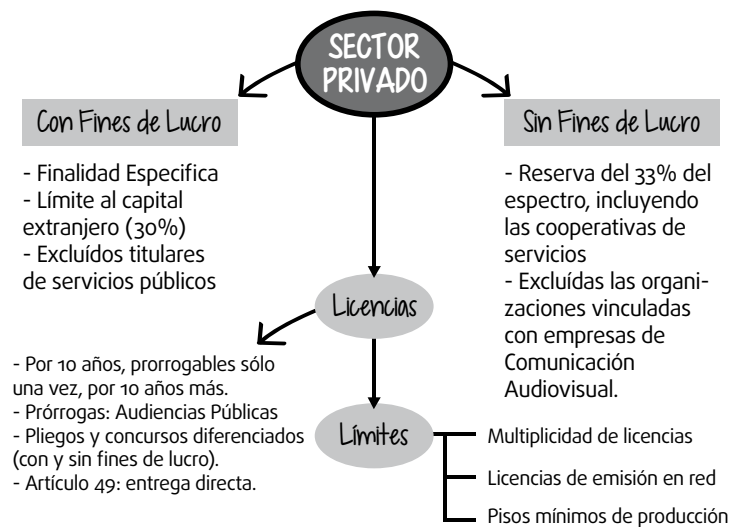


La **Ley SCA** contempla a la **comunicación como Derecho Humano**. Desde este punto de vista, el **Estado** adopta un **rol activo** capaz de regular la comunicación y los actores intervinientes. Asimismo, posee un espíritu democratizador que se materializa en la posibilidad que brinda al **sector privado sin fines de lucro** de poder ser prestador de un servicio audiovisual.

Además, establece límites a la concentración tanto en el orden local como en el nacional y fomenta las producciones nacionales y locales con el objeto de rescatar las identidades.



## ASPECTOS FUNDAMENTALES DE LA LSCA



A través de distintos artículos, la **regulación** establece pautas claras en función de un sistema de comunicación basado en la **diversidad cultural** y en el **pluralismo**, desde una mirada **federal**. La normativa entonces apunta a revertir el largo proceso de concentración y centralización característico del sistema de radiodifusión en la Argentina y que en hojas anteriores se ha descripto. Así pues, los tipos de licenciatarios, el régimen de multiplicidad de licencias a nivel nacional y local; las cuotas de pantalla para los contenidos y la conformación de la Autoridad de Aplicación son centrales para promover la diversidad, pluralidad, el acceso y la participación.

Respecto de los **tipos de licenciatarios**, pueden prestar un servicio de comunicación audiovisual el sector estatal y el sector privado tanto con o sin fines de lucro, y :

“ (...) deberán tener capacidad de operar y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles (...) El objeto primordial de la actividad brindada por los servicios regulados en la presente es la promoción de la diversidad y la universalidad en el acceso y la participación, implicando ello igualdad de oportunidades de todos los habitantes de la Nación para acceder a los beneficios de su prestación. En particular, importa la satisfacción de las necesidades de información y comunicación social de las comunidades en que los medios estén instalados y alcanzan en su área de cobertura o prestación.

**Artículo 2, Ley 26.522**

”

Además se resguarda el **33% del espectro** para el **sector de gestión privada sin fines de lucro** así como **una frecuencia de AM, una de FM y una de televisión para los Pueblos Originarios** en las localidades donde cada pueblo esté asentado. Se trata de un hecho inédito en el país ya que hasta el momento ninguna norma había contemplado a estos sectores como prestadores de servicios de radiodifusión.

Respecto de la **propiedad**, la Ley establece una serie de limitaciones para evitar la conformación de **multimedios** y la **monopolización** de la palabra y a fin de garantizar los principios de diversidad, pluralidad y respeto por lo local.



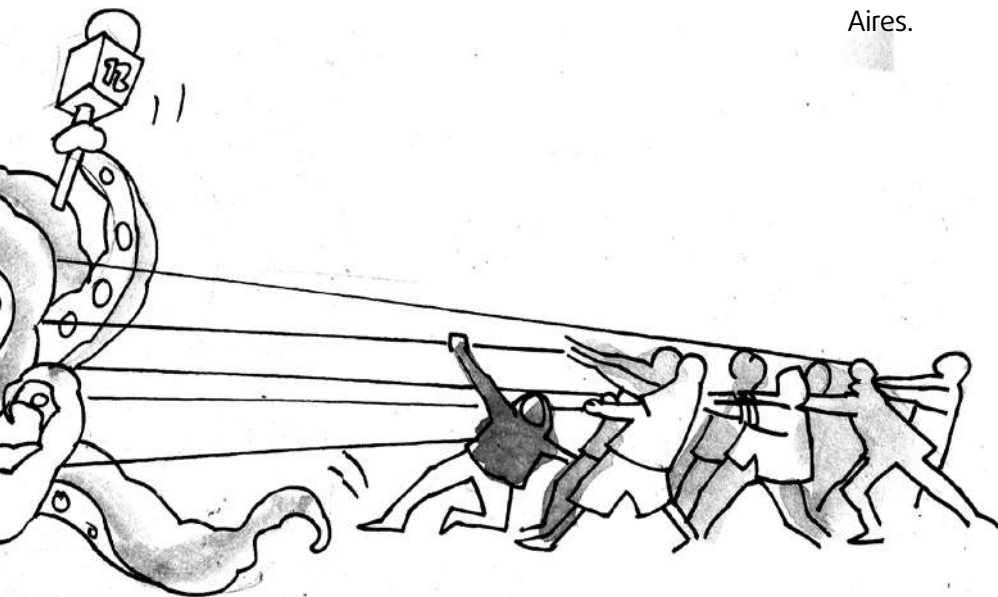
### En este sentido a nivel nacional una persona física o jurídica puede tener:

- Hasta 10 licencias de servicios de comunicación audiovisual
- Una señal de contenidos siempre que se trate de servicios de radiodifusión sonora, de radiodifusión televisiva abierta y de radiodifusión televisiva por suscripción con uso de espectro radioeléctrico.
- Además, podrá poseer hasta **24 licencias** cuando se trate de servicios de radiodifusión por suscripción con vínculo físico (cable) en diferentes localizaciones.
- El que quiera explotar una licencia de servicios de comunicación audiovisual sobre **soporte satelital** por suscripción no podrá ser titular de cualquier otro tipo de licencias de servicios de comunicación audiovisual, ya que ambas posibilidades son excluyentes.
- Ahora bien, para el caso de todos los servicios hay que aclarar que ninguno podrá prestar servicios a más del **treinta y cinco por ciento (35%)** del total nacional de habitantes o de abonados, según corresponda.

### En el ámbito local, se puede poseer:

- a) Hasta una (1) licencia de radiodifusión sonora por modulación de amplitud (AM);
- b) Una (1) licencia de radiodifusión sonora por modulación de frecuencia (FM) o hasta dos (2) licencias cuando existan más de ocho (8) licencias en el área primaria de servicio;
- c) Hasta una (1) licencia de radiodifusión televisiva por suscripción, siempre que el solicitante no fuera titular de una licencia de televisión abierta;
- d) Hasta una (1) licencia de radiodifusión televisiva abierta siempre que el solicitante no fuera titular de una licencia de televisión por suscripción.

Asimismo, se permite la constitución de redes entre emisoras siempre y cuando la emisora adherida no retransmita más del 30% de su programación, mantenga un servicio de noticias local y propio en horario central y contrate el 100% de la publicidad que allí se emita. Este capítulo significa una ruptura respecto del desarrollo de la televisión en la Argentina marcado fuertemente por lo que se producía en Buenos Aires.



En relación a la **producción nacional**, la **Ley SCA establece cuotas de contenidos** tanto para radiodifusión sonora como para televisión abierta. Respecto de esta última, se establece un mínimo de 60% de producción nacional, un 30% de producción propia que incluya informativos y un mínimo de 30% de producción local independiente para televisoras ubicadas en ciudades de más de un millón y medio de habitantes. En el caso de televisoras de ciudades de más de seiscientos mil habitantes deberán emitir un mínimo de 15% de producción independiente local y 10 % de otras localizaciones.

“ En este sentido, la disposición de cuotas de producción nacional, local e independiente, no sólo apuntan al rescate de la identidad y la producción creativa nacional, sino que, a su vez, intentan propulsar la creación de empleo en las industrias culturales regionales y del interior del país. ”

De Charras, 2010, p. 74



Por otro lado, la conformación del **Directorio** de la autoridad de aplicación da cuenta de una pluralidad ideológica y de una participación federal destacable: la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) será conducida y administrada por un directorio integrado por siete miembros:



un (1) presidente y un (1) director designados por el Poder Ejecutivo nacional; tres (3) directores propuestos por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, que serán seleccionados por ésta a propuesta de los bloques parlamentarios, correspondiendo uno (1) a la mayoría o primer minoría, uno (1) a la segunda minoría y uno (1) a la tercer minoría parlamentarias; dos (2) directores a propuesta del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, debiendo uno de ellos ser un académico representante de las facultades o carreras de ciencias de la información, ciencias de la comunicación o periodismo de universidades nacionales. (...) El presidente y los directores durarán en sus cargos cuatro (4) años y podrán ser reelegidos por un período. La conformación del directorio se efectuará dentro de los dos (2) años anteriores a la finalización del mandato del titular del Poder Ejecutivo nacional, debiendo existir dos (2) años de diferencia entre el inicio del mandato de los directores y del Poder Ejecutivo nacional. (...) Las votaciones serán por mayoría simple. (Ley 26522)

Asimismo, el **Consejo Federal de Comunicación Audiovisual** que se crea en el marco del AFSCA está integrado por:

- a) Un (1) representante de cada una de las provincias y del gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dicha representación se corresponderá con la máxima autoridad política provincial en la materia;
- b) Tres (3) representantes por las entidades que agrupan a los prestadores privados de carácter comercial;
- c) Tres (3) representantes por las entidades que agrupan a los prestadores sin fines de lucro;
- d) Un (1) representante de las emisoras de las universidades nacionales;
- e) Un (1) representante de las universidades nacionales que tengan facultades o carreras de comunicación;
- f) Un (1) representante de los medios públicos de todos los ámbitos y jurisdicciones;
- g) Tres (3) representantes de las entidades sindicales de los trabajadores de los medios de comunicación;

h) Un (1) representante de las sociedades gestoras de derechos;

i) Un (1) representante por los Pueblos Originarios reconocidos ante el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI).

La **Comisión Bicameral** en tanto, está integrada por "(...) ocho (8) senadores y ocho (8) diputados nacionales, según resolución de cada Cámara." (Ley 26522)



“ Esto que comenzó siendo un desafío si la sociedad argentina podía darse una nueva ley de medios, que asegurara la pluralidad, la diversidad, las distintas pinturas, se ha transformado, o lo han transformado precisamente los que se niegan a aceptar la vigencia de las instituciones, en otra cosa, en un desafío a la democracia misma, si realmente puede haber algún sector, si realmente puede haber algún grupo económico, si realmente puede haber alguien que esté por encima de los tres poderes del Estado (...) Solamente seremos verdaderamente libres todos y cada uno de los 40 millones de argentinos, si cada noche, cuando nos acostamos, luego de saludar a nuestros hijos, de darle un beso a nuestro compañero, al que le quede y tenga la suerte de tenerlo, apaga la luz y sabe que la ley es para todos y que al otro día todos van a tener las mismas obligaciones. Yo quiero vivir en ese país, no en ningún otro, y es este, mi país, la República Argentina. ”

**Cristina Fernández de Kirchner**  
10 de octubre de 2012



# Curso Anual de Comunicación Popular

- 1 • Cultura Popular y Nuevos Sujetos Políticos
- 2 • Producción de Materiales de Comunicación y Educación Popular
- 3 • Gestión de Medios Comunitarios y Populares
- 4 • Comunicación y Movimiento Obrero
- 5 • Estado, políticas públicas y comunicación.
- 6 • Comunicación Popular, Educativa y Comunitaria
- 7 • Políticas Nacionales de Comunicación
- 8 • Comunicación y Economía popular, social y solidaria

# Políticas Nacionales de Comunicación

Este material tiene como principal objetivo poner en común los principales hitos históricos en la definición de Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) a nivel internacional, que constituyen el marco conceptual más importante para pensar los procesos de comunicación actuales y futuros.

La comunicación como derecho humano vino a instalarse como paradigma central en los debates previos a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, especialmente a partir de los 21 Puntos creados por la Coalición por una Radiodifusión Democrática en el año 2004.

Algunas de las preguntas que orientan este cuadernillo son: ¿Qué procesos históricos del siglo XX podemos reconocer como claves en la definición de normativas en materia de información y comunicación? ¿Qué etapas políticas fueron decisivas y cómo respondieron los sucesivos gobiernos a las demandas de democratización? ¿Cómo se manifiestan estos debates en el presente?

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada en 2009, fruto de estos complejos procesos y con plena vigencia en la actualidad, es un logro colectivo que necesita ser apropiado ampliamente por aquellas organizaciones y movimientos sociales que quieran encarar sus propias estrategias de comunicación. Son ellas, somos nosotros/as, destinatarios pero fundamentalmente protagonistas.



Curso Anual de Capacitación en

**COMUNICACIÓN  
POPULAR**