



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

La televisión pública de Argentina

en el escenario digital

Cecilia Labate

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

## La televisión pública de Argentina en el escenario digital

**Cecilia Labate**

[cecilia.labate@gmail.com](mailto:cecilia.labate@gmail.com)

---

Universidades  
de Ciencias Empresariales y Sociales,  
del Salvador,  
Nacional de Buenos Aires  
y Nacional de Quilmes  
Argentina

### Resumen

Desde la perspectiva de la economía política de la comunicación, esta ponencia analiza las transformaciones regulatorias, políticas, económicas y tecnológicas que atravesaron los medios de propiedad estatal de la Argentina en el escenario de la convergencia.

En los últimos años, el sistema de medios comenzó a transitar un interesante proceso de reconfiguración en toda la región de América Latina (Waisbord, 2013; Mastrini, Badillo y Marengui, 2015), y los medios de propiedad estatal no escapan a esta tendencia. Por primera vez, las agendas públicas del continente se ocuparon de elaborar políticas orientadas a regular la concentración de la propiedad de los medios, la convergencia tecnológica y económica de las industrias informacionales, la digitalización del audiovisual y, el funcionamiento de los

medios públicos, entre otras cuestiones, superando el histórico letargo del Estado en el sector comunicacional (de Moraes, 2011).

En el caso de la Argentina, es posible vislumbrar dos mutaciones que permiten repensar el modelo tradicional de medios públicos. En primer lugar, el conjunto de políticas públicas implementadas para este sistema, entre las cuales se destaca la adopción de un nuevo marco normativo, a partir de la sanción de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en 2009. En segundo lugar, las nuevas condiciones tecnológicas de convergencia entre el audiovisual, las telecomunicaciones e Internet que determinaron el surgimiento de una multiplicidad de plataformas y ventanas, constituyendo un nuevo desafío para la producción, distribución y consumo de los contenidos digitales.

## I. Introducción

Los países de América Latina, y específicamente Argentina, transitan el pasaje de la televisión analógica hacia la digital. Este proceso genera transformaciones en la producción de contenidos, en su forma de gestión y distribución. Pero también la digitalización de las señales televisivas es una oportunidad para garantizar la libertad de expresión, el acceso universal a los bienes culturales, y la diversidad y pluralidad de informaciones y/o opiniones. En este sentido, comprende una serie de desafíos para los Estados que deben representar los derechos a la información de la sociedad y asegurar niveles de acceso y participación en el nuevo entorno digital. El inicio de la transición tecnológica se dio en paralelo con un nuevo modo de intervención estatal en el sistema de medios, que apuntó a ocuparse de asuntos como la concentración de la propiedad, la convergencia de las industrias y los formatos, y la gobernanza global de los bienes y servicios simbólicos (de Moraes, 2009 y 2011; Waisbord, 2013; Mastrini, Badillo y Marengui, 2015). En estos años, también fueron parte de las agendas públicas el rol de los medios públicos<sup>1</sup> que históricamente ocuparon un espacio marginal y debilitado dentro del ecosistema mediático y no aspiraban a disputar audiencia ni a mejorar su desempeño (Mastrini, 2010; Arroyo, Becerra, García Castillejo y Santamaría, 2012; Waisbord y Becerra, 2015; Labate, 2016).

---

<sup>1</sup> A partir de la consideración de que la radiodifusión pública de Argentina dista de cumplir con los principios ideales que deben respetar los "medios públicos", especialmente su doble independencia política y económica del poder político de turno, en esta ponencia se refiere a Canal 7 como "televisión de propiedad estatal". Para leer sobre los requisitos de un servicio público de radiodifusión se recomienda Pasquali (1991), Tremblay (1998), Mastrini (2011) y Becerra y Waisbord, (2015).

En Argentina, el advenimiento de la Televisión Digital Terrestre (TDA) -junto con esta nueva forma de elaborar políticas públicas de comunicación que devino en la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA)- permitió un reposicionamiento de las emisoras de propiedad estatal existentes y la creación de nuevas señales. Específicamente, el año 2009 marcó el inicio de una serie de experiencias interesantes dada por la aprobación de un nuevo marco normativo para regular el funcionamiento de los medios y la adopción de un estándar para la TDT, conocida en Argentina como Televisión Digital Abierta (TDA).

En este sentido, esta ponencia describe y analiza las transformaciones regulatorias que atravesaron los medios de propiedad estatal de la Argentina en el escenario de la convergencia, específicamente Canal 7, la televisión de alcance nacional.

Además, se aborda las políticas públicas diseñadas para el conjunto de señales lanzadas desde 2010 bajo la órbita del Estado.

## **II. Habemus nueva ley**

Luego de un novedoso debate que involucró a actores políticos, sociales y económicos de todo el país (Becerra, Mastrini y Marino, 2009; Ruiz, 2010; Marino, 2014), se sancionó durante el primer gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011) la LSCA que proponía un rediseño profundo del sistema de medios. Sobre los aspectos vinculados a la radiodifusión pública, se pueden precisar dos aspectos. Por un lado, la ley contempló tres tipos de prestadores, en una jerarquía similar: 1) de gestión estatal; 2) de gestión privada con fines de lucro y; 3) de gestión privada sin fines de lucro (art. 21)<sup>2</sup>. Por el otro, la ley expresó el rol del Estado como licenciatario de servicios audiovisuales y junto con ello, los criterios para la conformación de los organismos de control, los objetivos de los medios de propiedad estatal y sus fuentes de financiamiento (Capítulo VII llamado "Servicios de Radiodifusión del Estado Nacional"). En este punto, la regulación no producía grandes modificaciones sobre lo que estaba reglado con anterioridad, salvo en lo referido a los niveles de dependencia institucional. Aquí, la norma marcó un avance significativo en términos de ampliación de los actores intervinientes tanto en la fiscalización como en la gestión de los medios públicos.

---

<sup>2</sup> De esta manera se pretendía que el espectro radioeléctrico tuviera tres tipos de propietario de medios mientras que la normativa de 1980 había jerarquizado a las empresas (debido a que la radiodifusión debía tener un fin de lucro, art. 21 de la ley 22.285) y posicionado a los medios públicos en forma subsidiaria.

Por empezar, la ley creó Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA) (art. 119), que reemplazó al Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP) creado en 2001 (art. 40). Este organismo dependiente del PEN debía tener a su cargo la administración, operación, desarrollo y explotación de los medios estatales, es decir, Canal 7, Radiodifusión Argentina al Exterior (RAE) y las 48 emisoras de Radio Nacional.

Era de esperar que la creación de RTA desarrollara una nueva forma de gestionar y controlar los medios de titularidad estatal puesto que debía dejar de responder exclusivamente del PEN para pasar a depender de dos entes descentralizados, plurales y con mayores niveles de representatividad de la sociedad civil: el Directorio y el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos.

En el caso del Directorio -encargado de ejecutar los deberes y obligaciones de RTA- el PEN resignó su mayoría automática, limitándose a designar a dos de sus siete miembros (presidente y director) mientras que los otros tres integrantes debían ser nombrados por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual a propuesta de los bloques parlamentarios (incluyendo representantes de los dos principales bloques de la oposición) y, los últimos dos, eran definidos por el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA) (art. 132).

Por su parte, la ley dispuso que el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos debía ejercer un control social sobre el cumplimiento de los objetivos de RTA. Se integró con miembros de reconocida trayectoria de los ámbitos de la cultura, educación o la comunicación del país como universidades, sindicatos con personería gremial del sector, organizaciones no gubernamentales de derechos humanos o representativas de públicos o audiencias, gobiernos jurisdiccionales (de las regiones geográficas del NOA, NEA, Cuyo, Centro y Patagonia, de la provincia de Buenos Aires y de la ciudad de Buenos Aires), Consejo Federal de la Educación, Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia y, Pueblos Originarios (art. 124).

Entre lo establecido por la legislación y la aplicabilidad en sus primeros años, cabe realizar algunas consideraciones. A pesar de lo reglamentado, el Directorio de RTA se conformó a principios de 2013 (decreto 378/13), tres años después de sancionada la LSCA, y en el caso del Consejo Honorario se debió esperar hasta 2015 para conocer la nómina de sus integrantes (decreto 51/15)<sup>3</sup>. En este sentido,

---

<sup>3</sup> El Directorio quedó conformado por: 1 Presidente: Tristán Bauer (designado por el PEN) y 6 Directores: Alberto Cantero (en representación del PEN); María Lenz, Gustavo Cusinato y Marcelo Romeu (de los bloques parlamentarios); y Néstor Cantariño y Alejandro Verano (por el COFECA). A su vez, los organismos que designaron a los 17 miembros del Consejo Honorario fueron: Consejo Interuniversitario

el expresidente del SNMP, Gustavo López, sostuvo que la falta del nombramiento de las autoridades de gestión y control para RTA se debió a que faltó “un gran espíritu de que los medios fueran públicos y no gubernamentales, tanto en el gobierno de Cristina como en la oposición. A la oposición le resultó más fácil tirar cascotazos que sentarse a discutir cómo construimos algo nuevo. Lo cierto es que a nadie le importa demasiado”<sup>4</sup>.

El Consejo Honorario se reunió por primera vez en septiembre de 2015, pocos días antes de cumplirse el sexto aniversario de la ley y a dos meses de la finalización del gobierno de turno. La sesión constitutiva tan demorada, realizada en el auditorio de Radio Nacional, duró 30 minutos, pero el tiempo fue suficiente para designar como presidente del Consejo a Juan Courel, que en ese momento era secretario de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires, hombre de confianza del exgobernador de la provincia de Buenos Aires, Daniel Scioli (*Noticias urbanas*, 2015, 30 de septiembre).

Es decir que a pesar de la normativa vigente, en la Argentina no se utilizaron instrumentos legales para el control parlamentario y multisectorial de los medios de propiedad estatal sino que el desarrollo y gestión de estos medios estuvo ligada a la voluntad del director de turno. Los cargos jerárquicos no se eligieron por concurso público, garantizando mecanismos de transparencia, sino que aún en la etapa posterior a la sanción de la LSCA fueron designados a dedo. Así es como existió una fuerte distancia entre lo que la ley propuso para los medios públicos y que lo fue recogido del documento “21 puntos básicos por el derecho a la comunicación” de la Coalición por una Radiodifusión Democrática y lo que sucedió en su instrumentalización.

### III. El despliegue de la televisión digital

La adopción de la norma *Integrated Services Digital Broadcasting Television* (ISDBT) de TDT y la puesta en marcha de la plataforma de Televisión Digital

---

Nacional (CIN): Mario Roberto Giorgi y Daniela Monje; COSITMECOS: Alejandro Ruiz, Rolando Fabio Conte y Ricardo Daniel Vernazza; Organismos de derechos humanos: Giselle Laura Tepper y Manuel Barrientos; Región NOA: Gonzalo Manuel Morales; Región NEA: Silvia Mónica Robles; Región Cuyo: Luis Fernando Márquez Moret; Región Centro: Néstor Adrián Rodríguez; Región Patagonia: Cristian Alberto Aliaga; Provincia de Buenos Aires / CABA: Juan Courel (designado presidente); Consejo Federal de la Educación: Graciela Yolanda Bar; Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia: Alicia Griselda Ramos y María Cielo Salvio; Pueblos Originarios: Jesica Otilia Millalanco.

<sup>4</sup> Entrevista realizada a Gustavo López el 15 de abril de 2013 en la ciudad de Buenos Aires.

Abierta (TDA) abrieron el camino no sólo para la digitalización de las señales de televisión -que conducirá al apagón analógico en 2019- sino también para el despliegue de nuevos circuitos de producción, distribución y acceso a los bienes culturales. Estas medidas se complementaron con la ejecución de planes para el fomento de contenidos audiovisuales y, en el caso de los medios de propiedad estatal, con el lanzamiento de un nuevo paquete de canales satelitales bajo la órbita del Estado.

Argentina comenzó el proceso de digitalización de la televisión abierta en 2009<sup>5</sup> y en abril de 2010, empezaron las emisiones en formato digital. En ese momento se impulsaron dos medidas ligadas al desarrollo de la TDT en la emisora de propiedad estatal: se declaró de interés público a la Plataforma Nacional de TDT (decreto 364/10) y se otorgó a RTA el permiso para la instalación, funcionamiento y operación del Sistema Experimental de Televisión Abierta Digital (decreto 1010/10). Así se pensó a Canal 7: como el motor de la locomotora que conduciría a la migración de las señales abiertas, intentando cumplir con el principio de actualización tecnológica que se asume como imprescindible para un servicio público (Tremblay, 1998, Mastrini, 2011).

Canal 7 se encontraba experimentando una nueva concepción de la televisión de propiedad estatal (bajo el slogan "TV pública") que fue acompañada por una programación de pretensiones más diversa e inclusiva, especialmente a partir de la creación del programa "Fútbol para todos" (decisión administrativa 221/09), que transmitía los torneos de fútbol argentino de forma gratuita por la televisión abierta analógica y digital (Amado, 2013).

Este esquema de digitalización que llevó adelante el Estado a través de Canal 7 se complementó con un Sistema de Televisión Satelital lanzado para difundir en todo el país un paquete de señales educativas, culturales e informativas. Para Becerra (2015), estos medios potenciaron la función del Estado como emisor.

## **VI. Las señales de propiedad estatal**

En julio de 2009, unos meses antes de la sanción de la LSCA, se autorizó al SNMP<sup>6</sup> a instalar, hacer funcionar y operar un sistema público de televisión satelital de

---

<sup>5</sup> Se lanzó el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATV-T) (decreto 1148/09) y se creó el Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre (SATVD-T) (resolución ministerial 1785/09), en el ámbito del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, encargado de llevar adelante el despliegue de la tecnología digital.

<sup>6</sup> El organismo fue reemplazado por Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA) en octubre de 2009, con la sanción de la LSCA.

alcance nacional con un conjunto de señales que dieran acceso a este servicio a las regiones menos desarrolladas del país (decreto 943/09). La solicitud fue hecha por Bauer y se apoyaba en la necesidad del Estado nacional de contar con herramientas que le permitieran desarrollar una política de libre acceso a la información por parte de la población en situaciones de vulnerabilidad social. De este modo, el nuevo paradigma viene a saldar una deuda histórica sobre la universalidad del servicio, puesto que el acceso a la televisión abierta siempre estuvo disponible sólo en los grandes centros urbanos.

El primer paso del gobierno para hacer realidad este proyecto se llevó a cabo en diciembre de 2010 con la creación de INCAATv, el canal del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) que tenía como finalidad "difundir y emitir películas nacionales y latinoamericanas con un segmento orientado hacia lo internacional de importancia cultural y educativa" (resolución 2589/09). Le siguieron: Paka-Paka (gestionada por el Ministerio de Educación de la Nación), DeporTV (del Ministerio de Educación con apoyo del Ministerio de Desarrollo Social y de la Secretaría de Deportes) y TecnópolisTV (perteneciente al Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación), todas ellas de alcance nacional. Además se creó una serie de señales estatales para la Ciudad de Buenos Aires (como ACUA Federal y ACUA Mayor) y otras para el interior del país (entre las que se encuentran DIGO en la provincia de Buenos Aires y Acequia en Mendoza). Completan el escenario de las señales emitidas en la plataforma pública a nivel nacional, Canal 7 y Encuentro y los canales financiados por grupos mediáticos, algunos de los cuáles ya existían en la señal abierta analógica o transmitían a través de la televisión por cable. Si bien estas señales surgieron de forma simultánea, no existió una política pública de tipo transmedia que las articulara, puesto que cada una de ellas se gestionaba con la lógica del organismo público al que pertenecían. Sobre la cuestión de nuclear a todas las señales bajo un mismo paraguas, Martín Bonavetti, el director ejecutivo de Canal 7 hasta 2015, aseguró:

Desde Canal 7 no podemos abarcar todo, por ejemplo, el deporte y para eso está bueno que exista DeporTV. Cada señal tiene su funcionamiento y está bien que así sea. No hay un mapa global sobre qué hacer, hay experiencias en las cuales la concentración de todos los medios en un mismo ente termina construyendo grandes aparatos burocráticos y existen otras experiencias en las cuales la

descentralización de estas señales impide la construcción de la lógica y fomenta la repetición (Bonavetti, 2015)<sup>7</sup>.

Por su parte, desde la mirada de María Florencia Ripani, especialista en medios públicos que realizó una consultoría sobre convergencia para Encuentro y el SNMP, la política para los medios estatales se pensó bajo el modelo de broadcasting, es decir, con una lógica de transmisión desde el emisor hacia el receptor, sin pensar en una producción para las audiencias, basada en la expresión de la diversidad: "Se hizo una actualización tecnológica y ofrecieron plataformas nuevas. Pero faltó mucho por construir, empezando por una estrategia de medios públicos global que tuviera una base de trabajo conjunto y una sinergia entre los medios. No es inteligente tenerlos separados" (Ripani, 2015)<sup>8</sup>.

#### **IV. Planes de fomento para la producción de contenidos digitales**

La descentralización y federalización de los contenidos audiovisuales también fue una de las políticas públicas ejecutadas durante el segundo gobierno de Fernández de Kirchner. En 2011, Osvaldo Nemirovski, el entonces coordinador general del Consejo Asesor del SATVD-T, afirmaba que "la obligación del Estado no se agota en las políticas de infraestructura para la transmisión del servicio. La esencia de la televisión son los contenidos y en la producción de los mismos debe trabajar el Estado porque no es lo mismo tener contenidos federales que federalizar contenidos" (Nemirovski, 2011<sup>9</sup>; Nemirovski, 2013<sup>10</sup>). En este sentido, el funcionario precisaba que el desafío de aquel gobierno se vinculaba con la federalización de los contenidos (Labate y Carboni, 2012).

Bajo esta premisa, es posible mencionar como principales políticas públicas realizadas entre 2010 y 2015 para el fomento de la producción de contenidos para la TDA:

- 1) Desarrollo de planes de fomento para el desarrollo de contenidos, entre los cuáles se encuentran los concursos nacionales.

---

<sup>7</sup> Entrevista realizada a Martín Bonavetti el 14 de octubre de 2015 en la ciudad de Buenos Aires.

<sup>8</sup> Entrevista realizada a María Florencia Ripani el 23 de octubre de 2015 en la ciudad de Buenos Aires.

<sup>9</sup> Exposición realizada en la mesa de debate titulada "TV Digital, desarrollo y mercado" llevada a cabo en el Mercado de industrias culturales argentinas (MICA), junio de 2011.

<sup>10</sup> Entrevista realizada a Osvaldo Nemirovski el 15 de mayo de 2013 en la ciudad de Buenos Aires.



- 2) Creación de nueve Polos Audiovisuales Tecnológicos (PAT) de corte federal.
- 3) Lanzamiento de fuentes de contenidos, como el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA) y Contenidos Digitales Abiertos (CDA), la plataforma *Over The Top* (OTT) estatal.
- 4) Lanzamiento del Centro de Investigación Aplicada en Recursos Audiovisuales (CIARA) para la producción de materiales audiovisuales.

En primer lugar, el Consejo Asesor aprobó en 2010 el Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para televisión que además de generar contenidos buscaba entre sus objetivos fortalecer las capacidades productivas a nivel nacional y garantizar nuevas fuentes de trabajo. Se lanzaron desde el Ministerio de Planificación junto con el INCAA una serie de concursos anuales que abrieron la participación a nuevos actores de la industria audiovisual. Este concurso, que fue fundacional del plan, dividió al país en seis regiones y determinó un cupo de ganadores por región. Era la primera vez que se garantizaba que los realizadores pudieran producir en sus provincias. Desde 2014, estos concursos los organizó el CIN. Otro de los concursos para la producción de series de ficción fue el Prime Time, vigente desde 2011 y dirigido a productoras con antecedentes en el mercado.

En segundo lugar, las iniciativas para el surgimiento de los PAT comenzaron en julio de 2010, cuando se estableció un vínculo entre el Ministerio de Planificación por medio del Consejo Asesor del SATVD-T y el CIN. Como parte de un acuerdo, el Consejo Asesor definió nueve PAT en todo el territorio argentino para impulsar un plan de capacitación que complementaría la producción audiovisual generada desde los planes de fomento. Estos PAT se agruparon por provincias<sup>11</sup> y se articularon a través de las universidades nacionales. La integración con diversos actores del sector se dio a través de la creación de los nodos, coordinados por las universidades. Además, este programa instaló el Centro de Producción Audiovisual (CePA), una serie de centros productivos ubicados en todo el país que facilitaron la disponibilidad de recursos técnicos y humanos para los universitarios y las productoras independientes de las provincias.

En tercer lugar, el BACUA y el CDA surgieron de los diversos planes de fomento. Se diseñaron como reservorios de los contenidos audiovisuales generados en los

---

<sup>11</sup> Los PAT se componen de las siguientes regiones: Centro (Córdoba, San Luis y La Pampa); Cuyo (San Juan, Mendoza y La Rioja); Litoral (Entre Ríos y Santa Fe); Metropolitana (Ciudad de Buenos Aires y conurbano bonaerense); Noroeste argentino (Misiones, Formosa, Chacho y Corrientes); Norte argentino (Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero y Catamarca); Patagonia norte (Neuquén y Río Negro); Patagonia Sur (Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego) y; la provincia de Buenos Aires (ciudades del interior de Buenos Aires).

concursos y, por intermedio de estas plataformas, se permitió el acceso de forma libre y gratuita a los contenidos. El material (series, documentales, unitarios temáticos, cortometrajes, etc.) producido en ambos sistemas era de titularidad del Estado y tenía el objetivo de facilitar el acceso a los contenidos que aporten identidad local, provincial, nacional y regional. Para septiembre de 2015, BACUA había distribuido 10.000 horas de programación (Televisión Digital Abierta, 2015) y CDA alcanzó los 6.000.000 de videos vistos a través de internet o de la telefonía celular (Amaya, 2015).

Por último, el CIARA era un espacio ideado por el Ministerio de Planificación dentro del programa Talento Humano, que permitió a los profesionales experimentar y desarrollar proyectos con equipamiento de última tecnología.

Durante los primeros años, todo este material audiovisual de alta calidad y definición sólo estaba disponible para señales estatales pero desde 2014 podía ser utilizados también por los canales privados, bajo una misma política de acceso igualitario (MICA, 2015). Esto saldaba una vieja demanda de los actores de la industria televisiva que siempre vieron con recelo que el Estado otorgara subsidios para el financiamiento del cine y no tuviera la misma iniciativa para la televisión. En el caso de Canal 7, estos contenidos -junto con el programa "Fútbol para Todos"- desafiaron las políticas de programación de la emisora al permitir que su pantalla contara con una grilla de programación con criterios estéticos y artísticos de estándares tecnológicos sin precedentes en el país (Rivero, 2015). Por ello, se debe pensar que la promoción de contenidos adquirió mayor trascendencia a partir de dos cuestiones. Por un lado, las potencialidades del proceso de digitalización -al permitir un uso más eficiente del espectro radioeléctrico- y por el otro, las cuotas de producción nacional que garantiza la LSCA<sup>12</sup> -incluso para el universo analógico-. Ambos hechos suponen el fomento y la generación de nuevas propuestas televisivas.

## A modo de cierre

En esta ponencia se abordaron los cambios políticos, económicos, tecnológicos y legales que tuvieron lugar en los últimos años y que impactaron en el funcionamiento de los medios de propiedad estatal en el escenario digital.

---

<sup>12</sup> El art. 65 expresa que los servicios de radiodifusión televisiva abierta: deberán emitir un mínimo del 60% de producción nacional, un 30% de producción propia que incluya informativos locales, finalmente fija topes a la producción local independiente de acuerdo a la cantidad de habitantes, la misma varían entre el 10 y el 30%.

Desde esta perspectiva, es clave abordar al Estado en su papel de emisor de estas señales y como principal agente para la elaboración de las políticas públicas de comunicación. Por ello, se puede destacar la aprobación de la LSCA como una decisión fundamental del gobierno de Fernández de Kirchner para promover un nuevo contexto normativo para el desarrollo de los medios de comunicación en el país. Esta ley sentó las bases para la creación de organismos sin precedentes para gestionar, regular y controlar a los medios de propiedad estatal de forma plural y multipartidaria, distribuyendo el control entre diversos actores sociales, políticos y culturales, por fuera del PEN. De esta manera se permitiría romper con la tradición errónea de asumir a los medios de propiedad estatal como gubernamentales. Sin embargo, hacia el final de 2015 y a seis años de la sanción de la norma, el funcionamiento del Directorio de RTA y el Consejo Honorario de los Medios Públicos eran una deuda pendiente. Es probable que aún falte tiempo para consolidar un sistema político que asuma la importancia de contar con un modelo de medios gestionados por el Estado pero puestos al servicio de fortalecer y jerarquizar la función social que deberían cumplir para los ciudadanos.

Sobre al dinámico proceso de convergencia, Canal 7 se ubicó en la vanguardia de los cambios tecnológicos en materia audiovisual. Esto se inscribió en la decisión de conformar un plan de contenidos para la nueva plataforma digital (a través de varias políticas públicas implementadas) y de la administración a través de dos sistemas de televisión digital, la terrestre y la satelital.

Como efecto de la digitalización, el Estado trazó políticas para aumentar la difusión de sus contenidos (a través de nuevas plataformas que garantizaran mayores niveles de cobertura) y también en la creación de los mismos, rompiendo el fuerte centralismo geográfico y económico en la producción de contenidos. Es, justamente en este punto, donde se vuelve imprescindible una mirada atenta que articule las innovaciones tecnológicas con el cumplimiento efectivo del marco legal, acompañado por políticas de desarrollo cultural.

En definitiva, desde 2010 en adelante se realizó un giro en las pantallas públicas, en términos de incorporación de contenidos, de estética y de infraestructura pero faltó avanzar en la institucionalización de los medios de propiedad estatal que le dieran un marco de transparencia y garantizaran el cumplimiento de la ley.

Asimismo, faltó una mayor articulación en las ventanas convergentes que fueron creadas.

## Bibliografía

- AMADO, A. (2013): "Televidente-ciudadano busca televisión televisiva" en RINCÓN, O. (ed.) Zapping TV, el paisaje de la tele latina, documento n. 13 FES – C3, Fundación Friedrich Ebert Stiftung, Bogotá, pp. 99-120. Recuperado de: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/10264.pdf>
- AMAYA, H. (2015): "El OTT estatal gratuito CDA de Argentina sobrepasó los 6 millones de videos vistos" en Next TV News. Disponible en: <http://nextvlatam.com/el-ott-estatal-gratuito-cda-de-argentina-sobrepaso-los-6-millones-de-videos-vistos/?lang=es>
- ARROYO, L.; BECERRA, M.; GARCÍA CASTILLEJO, Á. y SANTAMARÍA, O. (2012): *Cajas mágicas, el renacimiento de las televisiones públicas en América Latina*, Editorial Tecnos, Madrid.
- BAUER, T. (2015): "Mesa de apertura" del encuentro Otra televisión es posible, 28 de agosto de 2015. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=8gUwNm6EvPE>
- BECERRA, M. (2015): De la concentración a la convergencia. Política de medios en Argentina y América Latina, Editorial Paidós, Buenos Aires.
- y WAISBORD, S. (2015): Principios y "buenas prácticas" para los medios públicos de América Latina, Cuaderno de Discusión de Comunicación e Información 3, UNESCO, Montevideo. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/CDCI3-Becerra-ES.pdf>
- BECERRA, M., MASTRINI, S. y MARINO, S. (2009): "Regulación de la comunicación en Argentina: un paso adelante en torno a la democratización de los medios", en Revista de direito de informática e telecomunicações RDIT, Editora Forum, Belo Horizonte.
- de MORAES, D. (2009): *A batalha da mídia*, Pão e rosas editora, Rio de Janeiro.
- (2011): *La cruzada de los medios en América latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*, Paidós, Buenos Aires.
- FERNÁNDEZ, P. (2009) "Argentina eligió la norma japonesa de televisión digital", diario La Nación, 28 de agosto. Disponible en: [http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota\\_id=1167943](http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1167943)
- INSTITUTO DE ESTUDIOS SOBRE COMUNICACIÓN (2013): *Pensar la televisión pública*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- LABATE, C. (2015): "En busca del carácter público de la TV. Historia y reglamentación de las emisoras públicas de Argentina y Brasil", en CIMADEVILLA, G. y FAGUNDES HAUSSEN, D. *Molinos digitales. Una usina de investigación en*

*comunicación para el diálogo Argentina-Brasil*, UniRío Editora, Río Cuarto, pp. 307-324.

----- (2016): "La televisión pública es el canal que nunca se ve. Estudio de las políticas de comunicación para Canal 7 de Argentina y TV Brasil (2003-2011)", tesis de maestría en Industrias Culturales: política y gestión, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.

----- y CARBONI, O. (2012): "Hacia la producción de contenidos audiovisuales para la TDT en Argentina", en *ALAIC Revista latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, Nº 16, Brasil, ISSN 1807-3026, pp. 108-117. Disponible en: <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/478>

MASTRINI, G. (2010): "Medios públicos, medios del gobierno" en AMADO, A. (2010): *La palabra empeñada*, Fundación Friedrich Ebert Stiftung, Buenos Aires, pp. 145-169.

MASTRINI, G. (2011): "Medios públicos y derecho a la comunicación una aproximación desde América Latina", en Lecciones del portal de PortalComunicación.com, del Instituto de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. Disponible en:

[http://portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?lng=esp&id=65](http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=65)

MASTRINI, G., BADILLO, A. y MARENGUI, P. (2015): "Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina y los gobiernos progresistas", en revista *Comunicación y Sociedad*, vol. 24, julio-diciembre, Zapopan, pp. 95-126.

MICA (2015): "La importancia del fomento estatal en la industria audiovisual", en MICA. Disponible en: <https://mica.cultura.gob.ar/la-importancia-del-fomento-estatal-en-la-industria-audiovisual/>

MINDEZ, L. (2001): *Canal Siete. Medio siglo perdido*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires.

NOTICIAS URBANAS (2015): "Un hombre de Scioli, al frente del Consejo de Medios Públicos", en *Noticias Urbanas*, 30 de septiembre de 2015. Disponible en:

<http://www.noticiasurbanas.com.ar/noticias/un-hombre-de-scioli-al-frente-del-consejo-de-medios-publicos/>

PASQUALI, A. (1991): "¿Qué es una radiodifusión de servicio público?", en *El orden reina*, Monte Ávila Ed., Caracas.

RADIO Y TELEVISIÓN ARGENTINA (2013): *Los medios públicos: un nuevo modelo comunicacional*, RTA, Buenos Aires.

- RIVERO, E. (2015): "Televisión Pública, Internet y Democratización", tesis de la maestría en Industrias Culturales: política y gestión, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.
- RUIZ, F. (2010): "Argentina: una ley para cambiar el relato periodístico", en *Diálogo Político*, n. 1, Buenos Aires, pp.115-135. Disponible en: <https://periodismo101.files.wordpress.com/2011/10/ruiz-art-ley-medios-dialogos1.pdf>
- SINCA (2009): *Qué ves cuando me ves. La televisión argentina como industria cultural*, Ed. Altamira. Disponible en: <http://sinca.cultura.gob.ar/sic/publicaciones/libros/moduloTV.pdf>
- TELEVISIÓN DIGITAL ABIERTA (2015): "Mapa de cobertura". Disponible en: <http://www.tda.gob.ar/cobertura.html>
- TELEVISIÓN DIGITAL ABIERTA (2015): "Mi TV programación, septiembre 2015", revista *TDA*. Disponible en: <http://www.tda.gob.ar/tda/articulo/164/22522/revista-mitv-septiembre-2015.html>
- TREMBLAY, G. (1988): "La noción de servicio público", revista *Telos*, número 11, junio-agosto, Madrid, pp.57-63.
- ULANOVSKY, C.; ITKIN, S. y SIRVÉN, P. (2006): *Estamos en el aire*, Emecé Editores, Buenos Aires.
- WAISBORD, S. (2013): *Vox populista. Medios, periodismo, democracia*, Gedisa Editorial, Buenos Aires.