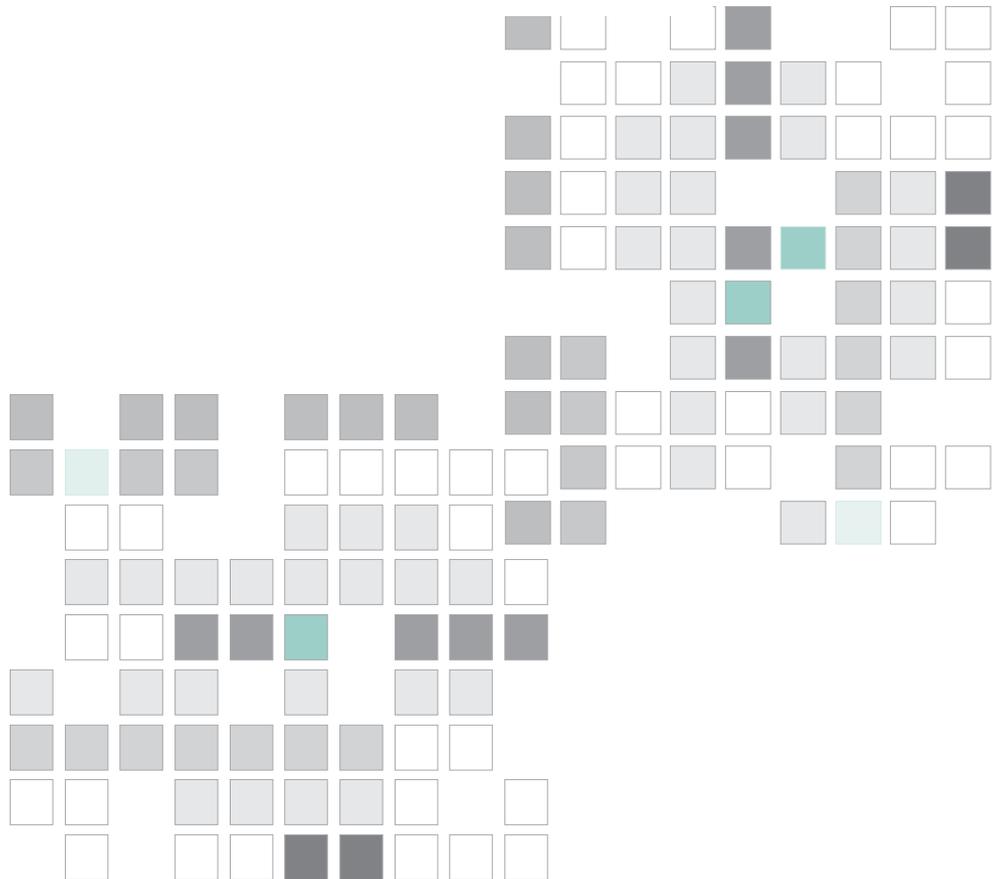


ALAIC



ALAIC - ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA
DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN

CUERPO DIRECTIVO (2012-2014)

Presidente

César Ricardo Siqueira Bolaño (Brasil)

Vice Presidente

Délia Covi Druetta (México)

Director Científico

Gustavo Cimadevilla (Argentina)

Director Administrativo

Fernando Oliveira Paulino (Brasil)

Director de Comunicaciones

Carlos Mauricio Arroyo Gonçalves (Bolivia)

Director de Relaciones Internacionales

Eliseo Colón Zayas (Puerto Rico)

Consejo fiscal

Anibal Orué Pozo (Paraguay)

Lucía Castellón (Chile)

María Isabel Neuman (Venezuela)

Consejo consultivo

Ángel Páez (Venezuela)

Carlos Del Valle (Chile)

Enrique Sanchez Ruiz (México)

Erick Torrico (Bolivia)

Fernando Checa (Ecuador)

Gabriel Kaplún (Uruguay)

José Marques de Melo (Brasil)

Pablo Escandón (Ecuador)

GRUPOS DE TRABAJO

■ **GT1 - Comunicación Intercultural y Folkcomunicación**

Coordinadora: Betania Maciel. UFRPE, Brasil

✉ betaniamaciel@gmail.com

■ **GT2 - Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas**

Coordinadora: Cleusa Maria Andrade Scroferneker

PUCRS, Brasil

✉ scrofer@pucrs.br

■ **GT3 - Comunicación Política y Medios**

Coordinador: Andrés Cañizález. UCAB, Venezuela

✉ acanizalez@yahoo.com

■ **GT4 - Comunicación y Educación**

Coordinadora: Luz María Garay. UPN, México

✉ marilugaraycruz@yahoo.com.mx

■ **GT5 - Comunicación y Salud**

Coordinadora: Inesita Soares de Araujo. Fiocruz, Brasil

✉ inesita@icict.fiocruz.br

■ **GT6 - Economía Política de las Comunicaciones**

Coordinador: Ancizar Narvaez. UPN, Colombia

✉ ancizar.narvaez@gmail.com

■ **GT7 - Estudios de Recepción**

Coordinadora: Veneza Ronsini. UFSM, Brasil

✉ venezar@gmail.com

■ **GT8 - Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía**

Coordinadora: Esmeralda Villegas Uribe. UA Bucaramanga, Colombia

✉ evillegas2@hotmail.com

■ **GT9 - Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación**

Coordinador: Raúl Fuentes Navarro. ITESO, México

✉ raul@iteso.mx

■ **GT10 - Comunicación, Tecnología y Desarrollo**

Coordinador: Eduardo Villanueva. PUCP, Perú

✉ evillan@pucp.pe

■ **GT11 - Comunicación y Estudios Socioculturales**

Coordinador: Alfredo Alfonso. UNQ-UNLP, Argentina

✉ aalfonso@unq.edu.ar

■ **GT12 - Comunicación para el Cambio Social**

Coordinador: Alfonso Gumucio - Dagron

✉ alaic.gt.ccs@gmail.com

■ **GT13 - Comunicación Publicitaria**

Coordinador: Carola García Calderón. UNAM, México

✉ carolinacreeel@hotmail.com

■ **GT14 - Discurso y Comunicación**

Coordinador: João Batista Freitas Cardoso. USCS, Brasil

✉ jbfcardoso@uol.com.br

■ **GT15 - Comunicación y Ciudad**

Coordinadora: Alejandra García. UNJU, Argentina

✉ alegarciavargas@gmail.com

■ **GT16 - Estudios sobre Periodismo**

Coordinadora: Ana Carolina Rocha Pessoa Temer.

UFG, Brasil

✉ anacarolina.temer@gmail.com

ALAIC

REVISTA LATINOAMERICANA DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ANO IX - NÚMERO 16 • ENERO A JUNIO 2012 • ISSN 1807-3026

LA REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ES EDITADA POR LA ALAIC - ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN. SE TRATA DE UN PERIÓDICO CIENTÍFICO SEMESTRAL, DE ALCANCE INTERNACIONAL, QUE TIENE COMO OBJETIVO PRINCIPAL PROMOVER LA DIFUSIÓN, DEMOCRATIZACIÓN Y EL FORTALECIMIENTO DE LA ESCUELA DEL PENSAMIENTO COMUNICACIONAL LATINOAMERICANO. VISA, TAMBIÉN, AMPLIAR EL DIÁLOGO CON LA COMUNIDAD ACADÉMICA MUNDIAL Y CONTRIBUIR PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA SOCIEDAD EN EL CONTINENTE.

EDITORA: MARGARIDA M. KROHLING KUNSCH (BRASIL)
EDITORES ADJUNTOS: ALFREDO ALFONSO (ARGENTINA)
CARLOS M. ARROYO GONÇALVES (BOLIVIA)

COMITÉ EDITORIAL
E EJECUTIVO: JORGE VILLENA MEDRANO (BRASIL)
PEDRO ULSEN (BRASIL)
PEROLAH CARATTA (BRASIL)

CONSEJO EDITORIAL

Antonio Fidalgo (Portugal)	Gustavo Cimadevilla (Argentina)	Maria Immacolata Vassallo de Lopes (Brasil)
Antonio Pasquali (Venezuela)	Héctor Schmucler (Argentina)	Martín Becerra (Argentina)
Armand Mattelart (Francia)	Helena Sousa (Portugal)	Migdalia Pineda de Alcázar (Venezuela)
Bernard Miège (Francia)	Isabel Ferin (Portugal)	Miquel de Moragas (España)
Bernardo Nosty (España)	James Lull (Estados Unidos)	Moisés de Lemos Martins (Portugal)
Cesar Ricardo Siqueira Bolaño (Brasil)	Jesús Martín-Barbero (Colombia)	Muniz Sodré (Brasil)
Cicilia Maria Krohling Peruzzo (Brasil)	João José Azevedo Curvello (Brasil)	Nancy Díaz Larrañaga (Argentina)
Delia Covi Druetta (México)	Joaquim Mateus Paulo Serra (Portugal)	Octavio Islas Carmona (México)
Doris Fagundes Haussen (Brasil)	John Downing (Estados Unidos)	Pedro Gilberto Gomes (Brasil)
Eliseo Colón (Puerto Rico)	José Marques de Melo (Brasil)	Rafael Alberto Perez (España)
Eneus Trindade (Brasil)	Juan Gargurevich (Perú)	Raúl Fuentes Navarro (México)
Enrique Bustamante (España)	Kaarle Nordenstreng (Finlandia)	Ruy Sardinha Lopes (Brasil)
Enrique Sánchez Ruiz (México)	Kenton Wilkinson (Estados Unidos)	Sérgio Bairon (Brasil)
Erick Torrico Villanueva (Bolivia)	Lucía Castellón (Chile)	Sonia Virgínia Moreira (Brasil)
Eugênia Barrichelo (Brasil)	Luis Ramiro Beltrán (Bolivia)	Teresa Velázquez (España)
Francisco Sierra (España)	Manuel Chapano (España)	Tereza Quiróz (Perú)
Gaetan Tremblay (Canadá)	Margarida Ledo Andión (España)	Thomas Tufte (Dinamarca)
Giovanni Bechelloni (Italia)	Maria del Carmen Cevallos (Ecuador)	
Guillermo Orozco Gómez (México)	Maria Helena Weber (Brasil)	

REVISIÓN

Jorge Villena Medrano (Español)
Perolah Caratta (Inglés)
Devani Salomão (Portugues)
Pedro Ulsen (Portugues)

DISEÑO Y EDITORIALIZACIÓN ELECTRÓNICA

107artedesign

IMPRESIÓN

Imprensa da Fé

DIRECCIÓN

Revista Latinoamericana de Ciencias de la
Comunicación
ALAIC - Asociación Latinoamericana de
Investigadores de la Comunicación
Avenida Professor Lúcio Martins Rodrigues, 443,
bloco 22, sala 12
Cidade Universitária / Butantã - São Paulo - SP
Brasil - CEP 05508-900
Tel./Fax: (55-11) 3091-8204
Correo Electrónico: revistaalaic@usp.br
Home page: www.alaic.net/revistaalaic
ISSN on line: 2238-1694

Ficha catalográfica elaborada por el
Serviço de Biblioteca e Documentação - ECA/USP

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación / [publicación
de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación]. —
Año 9, n.16 (1º sem. 2012). — São Paulo: ALAIC, 2012-176p ; 28cm

Semestral
ISSN 1807-3026

1. Comunicação 2. Comunicação - América Latina 3. Comunicação
- Pesquisa 4. Meios de comunicação - América Latina I. Asociación
Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

CDD - 21 ed. - 302.2 302.2098

EDITORIAL 7

ARTÍCULOS 11

REFLEXIVIDAD Y RELACIONISMO COMO CUESTIONES EPISTEMOLÓGICAS EN LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA EN COMUNICACIÓN.

Maria Immacolata Vassallo de Lopes 12

EM BUSCA DE UM CONCEITO DE COMUNICAÇÃO

Paulo Celso Silva e Miriam Carlos Silva 26

REFLEXÕES SOBRE A FORMAÇÃO METODOLÓGICA NA ORIENTAÇÃO DE PROJETOS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

Jiani Adriana Bonin 36

IDENTIDADES BRASILEIRAS NAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

Geisa Fernandes D'Oliveira 46

LA CIUDAD, ESPACIO DE EDUCOMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LA CIUDADANÍA ALFABETIZADA

Mari Carmen e Jose Ignacio Aguaded 54

BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN REGIONAL EN COLOMBIA

Diego García Ramírez 64

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: MOBILIZANDO A MEMÓRIA PARA A PRÁTICA DA ESTRATÉGIA

Victor Márcio Laus Reis Gomes e Renata Andreoni 74

ENTREVISTA 84

Entrevista con Raúl Fuentes Navarro

INERCIAS Y PARADOJAS EN EL CAMPO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN O SOBRE LA CAPACIDAD COLECTIVA DE CUESTIONAR LOS FUNDAMENTOS SOBRE LOS QUE TRABAJAMOS.

Por: Vicente Castellanos Cerda

RESEÑAS 95

ESTUDIOS 98

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Miriam de Souza Rossini

COMUNICACIONES CIENTÍFICAS 107

HACIA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES PARA LA TDT EN ARGENTINA

Cecilia Labate y Ornela Carboni 108

LOS USOS DE LOS OTROS COMO CATEGORÍA EMERGENTE EN EL PROCESO DE APROPIACIÓN DE INTERNET

Pedro Reyes Garcia 118

ADMIRABLE COPIA NUEVA: LA REINVENCIÓN DE LA INFORMALIDAD A PARTIR DE LA PIRATERÍA CONTEMPORÁNEA

Carla Gavilan Carvalho y Ludmila Brandão 128

SOCIAL INCLUSION IN A CEREBRAL PALSY THEMATIC NETWORK: ANALYSIS OF A COLLECTIVE BLOG

Regina de Oliveira Heidrich y Sandra Portella Montardo 138

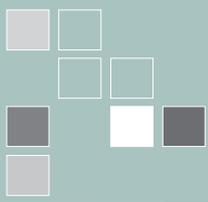
INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA EN COMUNICACIÓN. ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO DE REVISTAS CIENTÍFICAS

Antonio Castillo Esparcia, Ana Almansa Martínez y Alejandro Álvarez Nobell 148

MEDIAÇÃO DO COMUNICADOR ORGANIZACIONAL COM COMUNIDADES: EXERCÍCIO PROFISSIONAL SOB UM OLHAR AMPLIADO

Fabia Pereira Lima, Ivone de Lourdes Oliveira y Luisa Silva Monteiro 160

NORMAS 170



HACIA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES PARA LA TDT EN ARGENTINA

*SOBRE A PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS
PARA A TDT NA ARGENTINA*

*PRODUCTION OF AUDIOVISUAL CONTENT FOR TDT
IN ARGENTINA*

Cecilia Labate

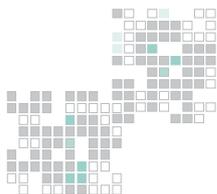
■ Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Mestre en Industrias Culturales: políticas y gestión en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQui). Integra el equipo docente de la materia "Políticas y Planificación de la Comunicación" en la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA desde el año 2005. En el terreno de la práctica profesional se desempeña como editora y redactora de diversos medios gráficos de circulación nacional. Asimismo es profesora en Enseñanza Media de la materia "Taller de Estilos Periodísticos" en la modalidad de Bachiller con orientación en Comunicación Social.

■ E-mail: cecilia.labate@gmail.com

Ornela Carboni

■ Es Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Quilmes y Mestre en "Industrias Culturales: políticas y gestión" (UNQ). Se desempeña como docente instructora en la misma Universidad. Ha participado en el Programa de Investigación "Espacio público y políticas representaciones, prácticas y actores. Argentina a partir de la década del 80", a cargo del Dr. Martín Becerra (2007-2009). Es miembro del Programa de Investigación Espacio público y políticas: representaciones, prácticas y actores. Argentina a partir de la década del 80. Proyecto "Lógicas de producción en industrias culturales en la Argentina del siglo XXI: rutinas y diversidad".

■ E-mail: ornelacarboni@yahoo.com.ar; ocarboni@unq.edu.ar



RESUMEN

La implementación de la Televisión Digital Terrestre (TDT) supone mucho más que un cambio técnico. Se presenta como una herramienta democratizadora de las comunicaciones al ampliar la cantidad de señales disponibles en el universo analógico. En este sentido, la tecnología *per se* resulta insuficiente para generar sociedades más democráticas, por eso la producción de contenidos para la TDT constituye uno de los componentes para ofrecer una televisión más plural e inclusiva. Este artículo da cuenta de las políticas públicas orientadas al fomento de contenidos digitales para la TDT abierta, libre y gratuita, específicamente al desarrollo de polos audiovisuales tecnológicos (PAT).

PALABRAS CLAVE: TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE (TDT); ESTADO; POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN; PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES.

RESUMO

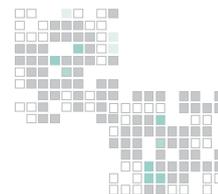
A implementação da Televisão Digital Terrestre (TDT) é muito mais que uma mudança técnica. Apresenta-se como uma ferramenta de democratização das comunicações porque amplia a quantidade dos sinais disponíveis no universo analógico. Neste sentido, a tecnologia *per se* é insuficiente para gerar sociedades mais democráticas, por isso a produção de conteúdos para TDT é um dos componentes para oferecer uma televisão mais plural e inclusiva. Este artigo da conta das políticas públicas orientadas ao fomento de conteúdos digitais para TDT aberta, livre e gratuita, especificamente ao desenvolvimento de pólos audiovisuais tecnológicos (PAT).

PALAVRAS-CHAVE: TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE (TDT); ESTADO; POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO; PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS.

ABSTRACT

Implementation of Digital Terrestrial Television (DTT) is much more than a technical change. It is presented as a democratization tool of communication to expand the number of signals available in the analog world. In that way, the technology *per se* is not sufficient to generate societies more democratic, so the production of content for DTT is essential to provide programming that is plural and inclusive. This article reports on public policies aimed at promoting the digital content to free and open DIT. It is oriented specifically to the development of audio-visual technology poles (AVTP).

KEYWORDS: DIGITAL TERRESTRIAL TELEVISION; STATE ; COMMUNICATION POLICIES; PRODUCTION OF AUDIOVISUAL CONTENT.



1. Introducción

El desembarco de la televisión digital modifica los procesos de producción y realización de contenidos, su forma de transmisión y consumo. Por ello, luego de la elección de la norma digital y de la instauración de los planes técnicos, como aspectos insoslayables para iniciar la implementación del nuevo sistema televisivo, el interés de las políticas públicas de comunicación se centró en los productos digitales al considerarlos elementos claves dentro de la cadena de valor de las industrias audiovisuales.

En esta dirección, es preciso señalar que los bienes culturales conllevan un doble rol económico y simbólico. Por un lado, son esenciales para la generación y transmisión de valores y hábitos culturales, y en efecto, para la reproducción ideológica y social y, por el otro, son mercancías que se venden en un mercado de productos simbólicos.

En Argentina, el proceso de adopción de una norma técnica de transmisión digital, específicamente para la Televisión Digital Terrestre (TDT), se basó en evaluar las características de los estándares internacionales¹. Este debate -iniciado a fines de la década del '90 y aplazado en varias oportunidades por los gobiernos de turno- relegó a un plano secundario el potencial democratizador que existe detrás de la creación de contenidos digitales y aplicaciones interactivas.

En virtud de la elección de la variante brasileña del estándar japonés *Integrated Services Digital Broadcasting Television* (ISDB-T)² en agosto de

1 Actualmente, existen cuatro normas: la norteamericana Advanced Television Systems Committee (ATSC) vinculada a la alta definición de la imagen y sonido, la europea Digital Video Broadcasting (DVB-T), utilizada en España ligada a la multiprogramación, la japonesa Integrated Service Digital Broadcasting (ISDB-T) relacionada a la movilidad y, la china Digital Terrestrial Multimedia Broadcast (DTMB) con escasa repercusión internacional debido a la magnitud del mercado interno de ese país.

2 Mediante el Decreto 1148/09 se creó el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), basado en el estándar nipón-brasilero Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial (ISDB-T).

2009, las políticas públicas del sector se orientaron principalmente al desarrollo de la infraestructura para la transmisión del servicio y a la distribución de aparatos decodificadores o *set top box* (STB) para la recepción de las nuevas señales.

En materia de políticas de comunicación, el año 2009 se caracterizó por un fuerte dinamismo ya que además de la elección de un estándar de TDT, los debates giraron en torno a la sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522³ (LSCA) y, al diseño de medidas ligadas a la producción de contenidos para el modelo tecnológico emergente. Por ello, se debe pensar que la promoción de contenidos adquiere 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 LSCA⁴ -incluso para el universo analógico-. Ambos hechos suponen el fomento de nuevas propuestas televisivas.

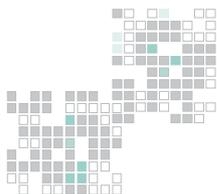
Se identifican como principales políticas públicas para el fomento de la producción de contenidos para la TDT:

1) La creación de nueve polos audiovisuales tecnológicos (PAT) de corte federal para la producción de nuevos contenidos digitales.

2) La transmisión de señales para la TDT en la plataforma pública. En la misma participan los canales administrados por el Estado (como por ejemplo, a través de las señales Paka-Paka y Encuentro) y, aquellos financiados por grupos mediáticos que, tradicionalmente, distribuían sus señales por televisión de pago y que ahora, además, lo hacen por

3 La LSCA se sancionó el 10 de octubre de 2009, bajo el mandato presidencial de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011).

4 El art. 65 expresa que los servicios de radiodifusión televisiva abierta: deberán emitir un mínimo del 60 por ciento de producción nacional, un 30 por ciento 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 por ciento.



Televisión Digital Abierta (TDA)⁵, más allá de no haber concursado por una licencia “digital”.

3) Los concursos audiovisuales para la producción televisiva propiciados por el Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales (INCAA).

En este artículo el trabajo abordará de modo descriptivo y exploratorio el proceso que originó el desarrollo de los PAT. Se considera que el diseño y aplicación de políticas que estimulan la producción audiovisual en Argentina resultan inéditos en la región latinoamericana puesto que las medidas favorecen la realización de contenidos para televisión al propiciar la participación de diversos actores (productoras con “trayectoria”, productoras sin consolidación, las universidades nacionales).

2. Nuevas decisiones para ver y hacer televisión

La televisión digital posibilita la evolución de un modelo de radiodifusión, históricamente caracterizado por una cantidad limitada de señales y servicios unidireccionales, hacia otro compuesto por una multiplicidad de señales, aplicaciones personalizadas e interactividad. La transformación de la información en *bits* -permite que los contenidos sean transmitidos por cualquier soporte- optimiza el uso del espectro radioeléctrico al comprimir las imágenes televisivas originales. Además, es posible “multiplexarla”, lo que significa transmitir más de una señal por el mismo canal (Prado, 2010)⁶. Otra ventaja técnica de la digitalización⁷ se refiere al desarrollo de la televisión en movimiento y por Internet (IPTV).

La transición hacia la Televisión Digital Abierta (TDA) -aquella que reemplazará a la televisión ana-

lógica libre y gratuita- es un proceso complejo que requiere de políticas de implementación. En este sentido, uno de los aspectos fundamentales consiste en decidir si se aplicará una mera sustitución de tecnologías que otorgue, de manera automática a cada licenciataria existente en el mercado el mismo ancho de banda que usa actualmente en analógico o si, por el contrario, se redefinirá la construcción de un nuevo escenario audiovisual, que habilite la apertura a nuevos operadores. Esto implica pensar si se ampliarán los niveles de acceso y participación a la ciudadanía o si se mantendrá el *statu quo*.

Las investigaciones llevadas a cabo en distintos países europeos que ya han realizado el apagón analógico concluyen que las programaciones digitales funcionan como una réplica fiel de sus antecesoras analógicas.

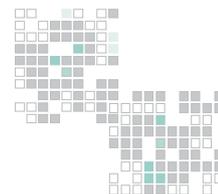
La proliferación de canales derivados del proceso de digitalización permitiría mejorar la diversidad por un lado, al promover la participación de actores que hasta el momento se han mantenidos “ajenos” al escenario mediático y por el otro lado, propiciaría la innovación de formatos y servicios. No obstante, las investigaciones llevadas a cabo en distintos países europeos que ya han realizado el apagón analógico⁸ concluyen que las programaciones digitales funcionan como una réplica fiel de sus antecesoras analógicas (Prado, 2010; Bustamante, 2003). En lo que respecta estrictamente a la pro-

5 A los fines de este trabajo se utilizarán los términos TDT y TDA como equivalentes debido al reciente lanzamiento oficial (junio de 2011) por parte de la presidenta Cristina Fernández del Sistema de la Televisión Digital Abierta (TDA) del país (plan social del Estado anclado en la tecnología de la TDT y DTH).

6 En el canal de 6MHz. por donde se transporta una señal analógica, se podrán transportar de cuatro a seis señales digitales de calidad estándar. Además, existen otras posibilidades de transmisión teniendo en cuenta la calidad de la imagen -definición estándar o alta definición- o las características de recepción -one seg para telefonía móvil.

7 La digitalización corresponde al proceso tecnológico entendido como la conversión de un conjunto de información en un paquete de código binario que es transmitido a través de una red de transporte (terrestre, cable, satélite) hacia un aparato receptor (set top box o televisión digital integrado).

8 Supone el cese de las emisiones en el sistema analógico para operar íntegramente con la tecnología digital.



ducción, la digitalización pone en juego variables políticas, económicas, tecnológicas y culturales, en las que el Estado cumple un rol fundamental.

Otro de los principales desafíos que enfrenta la TDT se concentra en diseñar modelos de financiamiento para los nuevos contenidos, puesto que el incremento del número de señales demanda más producción y al mismo tiempo, aumenta la competencia entre los actores que se disputan una torta publicitaria inelástica.

Por último, la estrategia de los operadores de sostener una oferta “variada” y en algunos casos los costos que representa producir en alta definición, junto con el aumento de actores en el mundo audiovisual, coloca en situación de riesgo económico a operadores que pueden ver afectada su rentabilidad, producto de una disminución de sus ingresos publicitarios y un aumento en los costos de producción.

En consecuencia, hasta el momento existe un escaso interés de los licenciarios que operan en analógico en asignar presupuesto a la producción de contenidos que aún no cuenta con un mercado consolidado. No obstante, están realizando las pruebas experimentales y la consecuente renovación tecnológica. Por esto, en esta primera instancia resulta imprescindible que los Estados establezcan políticas que estimulen la creación de nuevos contenidos en el sector privado (Casero Ripollés, 2008) y al mismo tiempo, aseguren la producción para los operadores emergentes (Bustamante, 2003).

3. Generación de contenidos

Como se expresó anteriormente, Argentina escogió la norma nipona-brasilera ISDB-Tb y creó el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T) a cargo del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. Además, mediante la resolución ministerial 1785/09 se enunciaron las actividades del Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre organismo encargado de la implementación de la tecnología digital. En

experiencias internacionales, el plazo estimado para el pasaje de la tecnología analógica a la digital es de 10 años. Por ello, el apagón analógico está previsto para julio de 2019.

De este modo, la política pública hacia la migración se basa en seis ejes⁹:

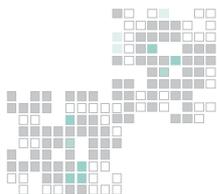
- Infraestructura para la transmisión: maximizar la cobertura geográfica mediante la instalación de 47 plantas transmisoras¹⁰.
- Acceso universal (recepción): acercar la tecnología digital a los sectores con mayor riesgo de exclusión a partir de la distribución gratuita de STB o aparatos decodificadores.
- Producción de contenidos: federalizar la realización de contenidos, promoviendo programas culturales, deportivos, artísticos, educativos, infantiles.
- Producción nacional y generación de empleo: Impulsa la producción de los equipos requeridos para la transmisión y recepción de las señales digitales.
- Desarrollo científico y formación de recursos humanos: capacitar personal en aspectos técnicos y científicos.

Normas y derecho digital: diseñar normativas que favorezcan la implementación de la TDT.

De acuerdo al eje del presente trabajo, centrado en la producción de contenidos, es necesario destacar que el desarrollo del sistema de TDA es concurrente con la sanción de la LSCA, que genera la promoción e inversión de nuevas producciones televisivas, aún para el escenario analógico actual. No obstante, será preciso tener

9 Fuente: Documento del Consejo Asesor SATVD-T: Planificación estratégica para la implementación del SATVD-T. [En línea] <http://www.tvdigitalargentina.gov.ar>.

10 Hasta agosto de 2011 se instalaron 23, con una cobertura potencial que abarca al 55 por ciento de la población. Plantas operativas: Capital Federal y el conurbano, Luján, Baradero, Campana, Cañuelas, San Nicolás, La Plata y Mar del Plata (Buenos Aires); Bariloche (Río Negro), Villa María (Córdoba), Gobernador Gálvez (Rosario), y en las capitales de Tucumán, Formosa, La Rioja, San Juan, Jujuy, Chaco, Córdoba, Entre Ríos, Misiones y Santa Cruz (Krakowiak, 2011).



en cuenta el carácter oligopólico de la televisión abierta argentina y la amplia penetración del sistema de televisión de pago. De acuerdo a las estadísticas, Argentina es el tercer país de América (luego de Canadá y Estados Unidos) con mayor consumo de la televisión por cable¹¹.

Históricamente, la producción y distribución de contenidos en la televisión se centró en el área metropolitana (AMBA). Según el Informe de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) (2010), se reafirma el centralismo del sistema y la alta penetración de los contenidos emitidos por los canales de cabecera, propiedad del Grupo Clarín (Canal 13) y Telefónica (Canal 11).

En síntesis, si bien la digitalización resuelve el problema de la escasez de las frecuencias, el desafío consiste en diseñar nuevas formas para distribuir las nuevas señales disponibles, en el marco de un sistema televisivo comercial, concentrado y con una televisión pública que tradicionalmente se caracterizó por su sesgo gubernamental.

A la vez, la efectiva aplicación de la LSCA al establecer mínimos de producción propia y límites para la retransmisión en red, promueve descentralizar la realización televisiva.

4. Agentes productores de contenidos

La descentralización y federalización de los contenidos es un tema que ha estado en la agenda política desde 2009. Antes de la sanción de la LSCA mediante el decreto 943/09 se autorizó al Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP)¹² a instalar, hacer funcionar y operar un sistema de televisión satelital a nivel nacional con un paquete de señales educativas, culturales e informativas con el objeto de permitir el acceso a este servicio a las regiones menos desarrolladas del país. Posteriormente, en el

11 La penetración promedio es del 50 por ciento en todo el territorio, cifra que alcanza el 60 por ciento en las grandes urbes (Becerra y Mastrini, 2009 y Secretaría de Cultura de la Nación Argentina, 2008).

12 El organismo fue reemplazado por Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S.A.) en octubre de 2009, con la sanción de la LSCA.

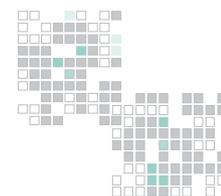
año 2010 se impulsaron dos medidas que se ligaron tanto al desarrollo de la TDT como a la producción de contenidos: el decreto 364/10 por el cual se declaró de interés público a la Plataforma Nacional de TDT y el decreto 1010/10 que otorgó a Radio y Televisión Argentina (RTA) el permiso para la instalación, funcionamiento y operación del Sistema Experimental de Televisión Abierta Digital. Para Osvaldo Nemirovski, coordinador General del Consejo Asesor, “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”¹³.

En este marco se pueden identificar distintos agentes relacionados con la producción de contenidos: a) la televisión pública (Canal 7); b) las señales de carácter público (INCAA TV, Paka-Paka, Encuentro, entre otras); c) la televisión privada y comercial (Canal 11, 13, 9 y 2 en el ámbito de la ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires); d) las universidades nacionales; e) los gobiernos provinciales y municipales; y f) los sectores públicos o privados sin fines de lucro.

Actualmente, se encuentran disponibles diversas señales que aún buscan un modelo de negocio, que permita la sustentabilidad de las mismas, teniendo en cuenta que la torta publicitaria tiene una tendencia hacia la inelasticidad¹⁴. Sin embargo, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció en

13 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.

14 Actualmente (octubre de 2011) emiten 21 señales. En el 22 se emiten Encuentro, INCAA Tv y los infantiles Paka-Paka y Tateti; en el 23 están Canal 7 y Construir, de la UOCRA; en el 24, el deportivo Gol TV, los musicales Viva y Video Exitos, una señal con programación de países latinoamericanos llamada Suri TV y Turismo Argentina HD; y en el 25 se ubican CN23, C5N, Telesur y el nuevo 360TV. Por fuera de la plataforma estatal, el empresario Daniel Hadad tiene el canal 27, donde repite C5N, y sumó Vespi, una señal de videoclips y trailers de películas. Además, Telefe emite en el 34, Canal 9 en el 35, América TV en el 36 y Canal 13 realiza pruebas de vez en cuando en el 33 (Krakowiak, 2011)



junio de 2011¹⁵, que se concederán un total de 220 licencias de canales de TDA, un 50 por ciento de ellas destinadas a entidades privadas, y el restante para todas las provincias y universidades públicas, además de organizaciones sin fines de lucro. Julio Bertolotti¹⁶, secretario de la Red Nacional Audiovisual Universitaria (RENAU), se pregunta si es sustentable la instalación de esta cantidad canales, y si

(...) si bien la digitalización resuelve el problema de la escasez de las frecuencias, el desafío consiste en diseñar nuevas formas para distribuir las nuevas señales disponibles.

es posible garantizar la producción de un 30 por ciento de contenidos locales tal como lo promueve la LSCA (art. 65), sobre todo si éstos deben sostenerse a través de la publicidad, la subvención pública o de modo mixto.

Como se mencionó, se promovieron un conjunto de señales públicas para enriquecer la oferta de la TDA, además de los acuerdos establecidos con los sectores privados. No obstante, estas programaciones son realizadas por los agentes que se vinculan con el universo televisivo analógico y en este sentido resulta interesante abordar la experiencia de los PAT, porque representa un primer paso hacia la inclusión de actores, que hasta el momento se han mantenido ajenos al sistema televisivo nacional, ya sea por carecer de la infraestructura o de la sustentabilidad económica necesaria para producir de forma independiente. Además, la creación de centros federales de realización de contenidos promueve romper con el fuerte centralismo y la concentración en la producción y distribución

15 La Semana de la TV abierta en Argentina. En AMARC Programa de Legislaciones y Derecho a la Comunicación. Disponible en: <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/3070>. Consultado: 15 de septiembre de 2011.

16 Entrevista realizada a Julio Bertolotti, secretario de la RENAU, para la ponencia titulada “Políticas públicas para la producción de contenidos en la TDT de Argentina”. Fecha: 11/07/2011.

de contenidos. A continuación el estudio se detendrá en la creación de los polos audiovisuales que coloca a las universidades nacionales en el centro de la escena.

5. El desarrollo de los polos audiovisuales

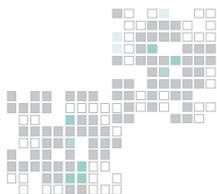
Las primeras iniciativas comenzaron en julio de 2010, momento en que surgió un vínculo estable entre el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, por medio del Consejo Asesor para la TDT y el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), a través de la RENAU. Estos acercamientos resultaron en una serie de acuerdos¹⁷, en los cuales los organismos se comprometieron a impulsar la implementación de la TDT, la producción audiovisual y la consolidación del Polo de Investigación y Perfeccionamiento de Tecnologías Audiovisuales Digitales.

De este modo, el Consejo Asesor definió nueve polos audiovisuales tecnológicos (PAT) en todo el territorio argentino, que se agruparon por provincias, se articularon a través de las universidades nacionales y están integrados por distintos actores locales del sector audiovisual¹⁸.

Bertolotti explica que “las universidades venían trabajando con el Consejo Asesor en el desarrollo de *hardware* y *software* para la TDT, luego apareció la posibilidad de elaborar contenidos. Una de las

17 Entre los que se destacan: Anexo del Acto Plenario 745/2010 (julio 2010) Carta de Intención entre ambas instituciones. Acta Plenario 772/11 (abril 2011) se estableció el Convenio de Cooperación y asistencia técnica. Acta Plenario 773/2011 (abril 2011) Convenio de Cooperación para el desarrollo de proyectos de fomento y promoción de contenidos audiovisuales digitales. Acta Plenaria N° 775/11 Convenio Marco de Cooperación entre el CIN Y el Sindicato Argentino de Televisión, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos (SATSAID).

18 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).



propuestas fue tomar a las universidades nacionales como ejes de trabajo en todo el país con el fin de promover la producción de contenidos, la actualización tecnológica y la capacitación de los actores, basándose en el despliegue de la TDT”.

A la vez se definió que cada polo estableciera una cabecera, representada por una o dos universidades escogidas como sede administrativa y organizativa de cada unidad. Finalmente, la integración con los actores locales¹⁹ se realiza mediante la creación de nodos, coordinados por dichas universidades, establecidas por el Consejo Asesor²⁰.

En síntesis, las universidades se constituyen como nexos con la sociedad civil y con las demás instituciones sociales, no exclusivamente para producir sino para que los actores interesados brinden sus opiniones sobre qué tipos de contenidos y temas es necesario abordar.

El desarrollo de los PAT se basa en cuatro planes de acción articulados:

- Plan de investigación y desarrollo: Consiste en un relevamiento de las capacidades instaladas en cada polo, de los recursos humanos existentes y de las necesidades que puedan identificarse.
- Plan de capacitación: Está vinculado a resolver aquellas cuestiones que se detecten como deficiencias en el plan de investigación y desarrollo.
- Plan técnico: Implica la actualización tecnológica y para ello se realizó un relevamiento del equipamiento disponible en todo el país. En este sentido, en el Foro de Telecomunicaciones 2011 Argentina Conectada (desarrollado en abril de ese año) se decidió invertir en Centros de Producción Audiovisuales (CEPAS).
- Plan piloto: Se relaciona con la producción de contenidos, implica la concreción de horas de

19 Pueden ser: institutos educativos especializados, cooperativas de servicios y de trabajo del ámbito audiovisual, ONG's afines al sector, PyMEs audiovisuales, instituciones públicas.

20 No es preciso que todas las instituciones universitarias se constituyan como nodos, esto dependerá de las distancias geográficas entre las mismas y de los rasgos comunes que presenten. Para julio de 2011, se encontraban en funcionamiento cinco nodos.

producción específicas, a partir de proyectos generados localmente, que son elevados para su evaluación a fin de decidir qué se puede producir.

Con respecto a este último eje, en septiembre de 2010 se firmó un convenio entre el CIN y el Consejo Asesor para la TDT en la provincia de Santa Fe. En aquella reunión plenaria surgió la propuesta de crear un Plan Piloto de Producción de Contenidos. También se acordó que los polos debían producir de manera conjunta un total de 90 horas audiovisuales, en formato televisivo, de género libre. Luis Vitullo, secretario ejecutivo del Consejo Asesor, sostiene que el Estado busca con este emprendimiento “garantizar contenidos televisivos que tengan calidad pero también que resulten atractivos y gratos a todo el público, para crear una nueva televisión que reúna a todos los ciudadanos”²¹. Cada polo organizó el trabajo de manera autónoma, mientras que el desafío consistía en producir contenidos audiovisuales en un lapso de tiempo (julio de 2011).

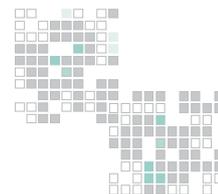
Por último, se destaca que las producciones que se obtengan del Programa serán de titularidad del Estado nacional y pertenecerán al Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), para facilitar el acceso a contenidos audiovisuales que aporten a la identidad local, provincial, nacional y regional.

6. Palabras finales

El proceso de digitalización de la televisión abierta aparece íntimamente vinculado a un avance tecnológico pero sin dudas, involucra además una serie de factores políticos, económicos, sociales y culturales que convierten a la producción de contenidos en uno de los ejes más relevantes al momento de diseñar políticas de comunicación.

En el contexto de implementación de la TDT, la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina es una herramienta que regula

21 Se lanzó el Plan Piloto para producir 90 horas de TV digital. Disponible en: <http://programapolos.blogspot.com>. Consultado el: 30/07/2011.



no sólo sobre los contenidos que se emiten por la pantalla sino también sobre la producción de los mismos. De este modo, el Estado tiene la función de promover por un lado, el desarrollo de la industria televisiva a nivel nacional y por otro lado, la generación de empleo y la capacitación de recursos humanos en el sector. Por ello, la propuesta de los polos audiovisuales genera un flujo de contenidos producidos en distintos lugares del territorio nacional. Más allá del desarrollo de programas televisivos, esta medida implica la realización de actividades en conjunto, entre las universidades públicas en primera instancia y luego, entre ellas y el resto de los actores sociales locales que tienen interés en la producción audiovisual. Así, se podrían detectar las áreas de vacancia en lo que a programación respecta, en cada una de las regiones. Además permitiría relevar las necesidades de infraestructura y equipamiento tecnológico para dotar a las instituciones de los insumos requeridos, garantizando de este modo determinados estándares de calidad en la realización televisiva.

Los polos constituyen una de las medidas que fomentan la generación de contenidos televisivos, también están los concursos INCAA para la televisión²², y el desarrollo de señales públicas (Paka-Paka, Encuentro, INCAA TV, entre otras). De continuar esta tendencia, sumando el aporte de los

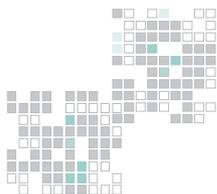
operadores privados, se conduciría al desarrollo de un modelo televisivo diverso, plural e inclusivo. No obstante, quedan aún algunas cuestiones por resolver que podrían limitar las potencialidades del nuevo sistema y que están vinculadas a la asignación de las frecuencias de 6 MHz.

Es importante mencionar dos cuestiones que exceden este trabajo pero que, de alguna manera, lo atraviesan. Por un lado, preguntarse cuáles serán los modos de financiamiento que sostendrán el universo digital, a los efectos de generar recursos suplementarios que garanticen el desarrollo de una pluralidad de contenidos y, por otro, si bien la televisión digital permite brindar aplicaciones interactivas hasta el momento no se vislumbran políticas orientadas al desarrollo de servicios de valor agregado.

Finalmente, se deberá pensar qué tipo de sinergia existirá entre las producciones de contenidos argentinos y las que se generen en los restantes países de América Latina. La adopción conjunta del patrón ISDB-T en la región²³ abre las puertas a un mercado de bienes simbólicos común que puede reforzar identidades culturales o hacerlas peligrar. En síntesis, que las capacidades de la televisión digital se conviertan en oportunidades o amenazas dependerá, exclusivamente, de las políticas públicas que se diseñen en el sector.

22 El INCAA realizó en 2011 un concurso destinado a financiar la producción de 10 proyectos de contenidos de ficción en alta definición a productoras “con antecedentes”. Es por ello que a partir de septiembre de 2011 se comenzaron a emitir los programas en los canales de aire privados: América TV Canal 2 y Canal 9.

23 Desde el año 2006 hasta 2010, los países que adoptaron ISDB-T fueron Brasil (junio 2006), Perú (abril 2009), Argentina (agosto 2009), Chile (septiembre 2009), Venezuela (octubre 2009), Ecuador (marzo 2010), Paraguay (junio 2010), Bolivia (julio 2010) y Uruguay (diciembre 2010).



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECERRA, M. y MASTRINI G. *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires: Prometeo Libros, pp. 69-70, 2009.

BULLA, G. *La TV porteña domina las pantallas*. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-125224-2009-05-20.html>. Consultado el 20 de marzo de 2011, 2009.

BUSTAMANTE, E. *Televisión: globalización de procesos muy nacionales*, In: Bustamante, E. (coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*. Las industrias culturales en la era digital, Barcelona: Gedisa Editorial 2003.

BUSTAMANTE, E. *La TDT en España*. Por un sistema televisivo de futuro acorde a una democracia de calidad, In: *Alternativas en los medios de comunicación digital*. Fundación Alternativas, Barcelona: Gedisa Editorial, 2008.

CASERO RIPOLLÉS, A. *La oferta de contenidos y servicios de la TDT*. Análisis de la situación del mercado español, In: *Revista de Economía Política de las Tecnologías de Información y Comunicación*, vol. X, nro. 2, mayo-agosto, 2008.

SECRETARIA DE CULTURA DE LA NACION ARGENTINA *Click*. Boletín informativo del Laboratorio de Industrias culturales. Año 3 N° 12, marzo, 2008.

PRADO, E. "Contenidos y servicios para la televisión digital" en *Revista Telos*, N° 84, julio-septiembre, 2010.

URQUIZA GARCIA, R. *La reforma de la televisión pública en la Europa digital: las reformas de España y el Reino Unido*, In: *La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo*, Fundación COSO de

la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad. pp. 609-618, 2007.

ZALLO, R. *La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal*, In: *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 65, pp. 14 a 29, La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, 2010.

Otras fuentes

AFSCA Informe de Contenidos de TV. [En línea] http://www.comfer.gov.ar/web/Varios/informes/INFORME_TV_ABIERTA_ANUAL10.pdf, 2010.

BLOG DEL PROGRAMA POLOS AUDIOVISUALES: <http://programa-polos.blogspot.com>

CONSEJO ASESOR SATVD-T Documento *Planificación estratégica para la implementación del SATVD-T*. [En línea] <http://www.tvdigitalarArgentina.gov.ar>, 2010.

KRAKOWIAK, F. *Televisión digital y federal*, In: *Diario Página 12* [En línea] <http://www.pagina12.com.ar>. Consultado el: 26/08/2011.

NEMIROVSCI, O. Exposición realizada en la mesa de debate titulada "TV Digital, desarrollo y mercado", Mercado de industrias culturales argentinas (MICA), junio, 2011.

Entrevistas

Entrevista realizada a Julio Bertolotti, Secretario de la RENAU, para la ponencia titulada *Políticas públicas para la producción de contenidos en la TDT de Argentina*. Fecha: 11/07/2011

