
La ficción en la televisión abierta: una mirada a la concentración de los contenidos en los medios

Astor Massetti

“Alguien definió a la cultura como el ‘alma’ de un individuo o de un pueblo. Cabría agregar que las llamadas Industrias Culturales de nuestro tiempo son efectivamente el ‘motor’ que dinamiza aquella según los intereses públicos o sectorizados de quienes lo manejen”. (Octavio Getino, 2012).

En homenaje a su obra y su pensamiento.

Introducción

Desde hace más de ochenta años que se vienen produciendo una gran variedad de investigaciones en todo el mundo para medir el impacto de los medios de comunicación en distintos aspectos de la vida social. La televisión y la violencia, la construcción de género, minorías sexuales, la caracterización de las clases populares, los “enemigos” en tiempos de conflicto bélico y político, la heroicidad, la belleza, el éxito, estudios sobre la relación entre los medios y el rendimiento escolar, la actividad física o las horas de sueño, como del impacto de la publicidad en la preferencia y consumo de alimentos, son clásicos temas de preocupación sobre la forma y potencial creador, fijador o destructor de valores sociales. Estos estudios han aportado, en el exterior y en nuestro país, elementos de distinta magnitud y precisión tanto para perfeccionar las técnicas de orientación y control del consumo como para realizar una crítica profunda de los problemas que puede implicar su uso en las sociedades democráticas.

A partir del 2009 en la Argentina, la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual generó la posibilidad de traducir alguna de esas investigaciones críticas en términos de una discusión pública sobre políticas regulatorias que garanticen la democratización del espacio radioeléctrico; o incluso de debates éticos y estéticos que permitan pensar nuevas formas de expresión y exhibición de la enorme riqueza y diversidad cultural que contiene nuestro país. ¿Por qué? Porque los medios de comunicación audiovisuales luego del proceso privatizador y las transformaciones económicas y tecnológicas que operaron a nivel mundial a partir de la década del noventa, han dejado como saldo una marcada concen-

tración de la propiedad de los medios; lo que implica el desplazamiento de las preocupaciones por el impacto social hacia la resolución de intereses económicos.

Ahora bien, la concentración no debe ser pensada sólo como límite a la *cultura democrática*. En sociedades complejas y heterogéneas como la nuestra, esa concentración también atenta contra lo que podemos llamar la *democracia cultural*. En un país en el que existen diferentes culturas regionales, diferentes lenguajes, diferentes tradiciones estéticas y, en general, diferentes modos de vivir e interpretar el mundo, la concentración mediática opera homogeneizando e imponiéndole a toda esa diversidad la violencia de una única forma de expresión cultural. En este caso no es la variedad de intereses, opiniones o razonamientos políticos la que se ve afectada, sino la riqueza de la multiplicidad de culturas que componen el complejo universo simbólico de nuestro país. Contra esta homogeneización y violencia simbólica, pensar en el sentido de una auténtica democracia cultural implica desarrollar estrategias y formas de comunicación que fomente la expresión creativa de esas diferencias. El proceso crítico que debe ser encarado se hace visible cuando observamos que las dinámicas de acaparamiento de medios suprime la pluralidad de voces; estableciendo un carácter monopólico de la producción simbólica, que es de hecho un fenómeno antidemocrático presente en la cultura. Pero, ¿De qué hablamos cuando pensamos en la concentración de la propiedad de los medios?

Analíticamente podemos dividir al sector audiovisual entre tres grandes partes: la producción de contenidos (productoras y realizadores), la distribución (canales de aire y cable, radios) y el acceso a los medios audiovisuales (infraestructura necesaria para la transmisión: cable operadores, satélite, aire y hoy televisión digital).

La gran mayoría de la población argentina (93%) ve los canales de televisión abierta independientemente del soporte (aire, cable, TDA o satélite). De los 43 principales canales de televisión abierta que funcionan en nuestro país la mitad (22) se encuentra en manos de 3 grupos económicos; y el 40% en manos de 2 (Grupo Clarín: 8 canales, y Grupo TELEFE: 9 canales). Esto ya de por sí es un claro indicador de concentración de la propiedad de los medios. Pero además los 9 canales provinciales en manos de pequeños empresarios y los 8 canales en manos de gobiernos provinciales transmiten en directo o en diferido los contenidos de las grandes cadenas. Entre TELEFE y ARTEAR (del grupo Clarín) y sus productos, concentran el 46,8% de las transmisiones de los canales que no están bajo su control. Es decir que a través de estas dos formas de concentración (como propiedad o administración directa de canales o como proveedores de contenidos) los dos principales grupos económicos controlan cerca del 70% de *todo lo que pasa* por la televisión abierta argentina.

A través de este conglomerado de medios, los grandes grupos tienen la oportunidad de hacer llegar masivamente sus mensajes de más de una forma y más de una vez por día (e incluso por hora). Ya sea por TV, por radio, por la prensa gráfica o por la web, estos grupos económicos tienen una capacidad de enunciación que opaca cualquier otra voz en esa ágora entre virtual y analógica que supone el sustento de la opinión pública. Las consecuencias que trae esta concentración en términos de desarrollo de prácticas plurales y democráticas son de un riesgo tan evidente que explica por sí mismo la promulgación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

En este artículo nos centraremos en uno de los aspectos de la discusión sobre los efectos de la concentración de los medios: la producción y distribución de contenidos. Para ello mostramos algunos resultados de una investigación que realizamos durante una semana registrando la programación de 38 canales sobre los 45 Canales televisión abierta que existen en todo el país, tal como se detalla en el cuadro 1.

A partir de esta muestra de 38 canales registramos la *programación* de una semana de siete días de cada Canal de Televisión Abierta. La *unidad de registro* relevada fue las unidades de emisión. Cada unidad de emisión corresponde a un programa emitido entre un horario de inicio y un horario de fin de un día determinado de un canal determinado dentro de la semana de recolección de datos. Para ello, se diseñó un dispositivo de captura y grabación de lo que cada Canal de Televisión transmite durante el período de una semana de siete (7) días corridos. La semana de referencia se fijó en la semana del lunes 29 de octubre al lunes 5 de noviembre de 2012. Durante la semana de referencia se obtuvieron registros de cinco mil ochenta y dos horas con treinta y siete minutos (5082:37:00), lo que corresponde a cinco mil veintinueve (5.029) “emisiones”, y refiere a mil ciento noventa y un (1.191) “programas” individuales y diferentes con sus repeticiones. Ver cuadro 2.

Cada emisión se cargó en un sistema consignando horario de inicio y fin de cada contenido. Se consigna quien lo produjo y a partir de allí, se construye el origen de la propiedad y la categoría de contenido en función de los criterios establecidos por la Ley 26.522. Nótese que el procedimiento implica no sólo la identificación de programas emitidos sino la “intensidad” que representan en la oferta en el conjunto de contenidos televisivos: al medir las horas, minutos y segundos de cada emisión ofrecemos una jerarquía precisa sobre el tiempo que acapara en la pantalla. La diferencia entre el listado simple de programas (y su frecuencia de aparición en todas las emisoras) y la cantidad de tiempo por programa es fundamental; ya que nos permite comprender de manera más acabada

la presencia de los tipos de contenidos en la televisión abierta más allá de percepciones subjetivas acerca de la prevalencia de programas puntuales. Para entender el uso de esta información hay que dejar de lado la idea de que la grilla televisiva es prolija y ordenada: ni cada programa tiene una duración fija ni comienza y termina a la misma hora. Las variaciones de duración, hora de inicio y de fin, hacen a la grilla televisiva un escenario dinámico sin puntos de referencia fijos.

De esta manera, se ordena la información en base a este criterio de “intensidad” de la emisión de contenidos que supera metodológicamente a la mención simple de la repetición de programas en las distintas grillas observadas. Como última observación metodológica es importante destacar que todas las clasificaciones realizadas a partir de la información recolectada a partir de lo que SE OBSERVA en pantalla puede contradecir tanto la percepción asistemática que se tiene sobre la propiedad del contenido como las definiciones legales sobre contexto propietario.

Ficción: Principales resultados

En los términos que plantea la Ley de Servicios Audiovisuales, la redistribución de la transmisión de contenidos o la democratización de las voces en materia audiovisual presupone cuotas de producción en base a dos criterios: 1) La nacionalidad de los contenidos emitidos, claramente pensada para fijar un piso de producción nacional; 2) La relación entre la productora y el canal que emite el contenido, pensada para fomentar las industrias regionales de contenidos. Es claro que en el texto de la Ley¹ la definición de que es una producción

¹ Ley 26.522 ARTICULO 65 - Contenidos. Los titulares de licencias o autorizaciones para prestar servicios de comunicación audiovisual deberán cumplir con las siguientes pautas respecto al contenido de su programación diaria: Punto 2. Los servicios de radiodifusión televisiva abierta: a. Deberán emitir un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción nacional; b. Deberán emitir un mínimo del treinta por ciento (30%) de producción propia que incluya informativos locales; c. Deberán emitir un mínimo del treinta por ciento (30%) de producción local independiente cuando se trate de estaciones localizadas en ciudades con más de un millón quinientos mil (1.500.000) habitantes. Cuando se encuentren localizadas en poblaciones de más de seiscientos mil (600.000) habitantes, deberán emitir un mínimo del quince por ciento (15%) de producción local independiente y un mínimo del diez por ciento (10%) en otras localizaciones. A los efectos de estandarizar la terminología nos remitimos al CAPITULO II, ARTICULO 4° - Se definen de la siguiente manera los tipos de producción, que presentamos por orden alfabético: Producción independiente: Producción nacional destinada a ser emitida por los titulares de los servicios de radiodifusión, realizada por personas que no tienen vinculación societaria con los licenciatarios o autorizados. Producción local: Programación que emiten los distintos servicios, realizada en el área primaria respectiva o en el área de prestación del licenciatario en el caso de los servicios brindados mediante vínculo físico. Para ser considerada producción local, deberá ser realizada con participación de autores, artistas, actores, músicos, directores, periodistas, productores, investigadores y/o técnicos residentes en el lugar en un porcentaje no inferior al sesenta por ciento (60%) respecto del total de los participantes. Producción nacional: Programas o mensajes publicitarios producidos integralmente en el territorio nacional o realizados bajo la forma de coproducción con capital extranjero, con participación de autores, artistas, actores, músicos, directores, periodistas, productores, investigadores y técnicos argentinos o residentes en la Argentina en un porcentaje no inferior al sesenta por ciento (60%) del total del elenco

nacional, una producción propia del canal que emite o una “producción local independiente” depende de porcentajes de participación en el financiamiento o proceso productivo del contenido. Eso por supuesto es inobservable cuando relevamos “lo que se observa” en pantalla; y a decir verdad la Ley no obliga a informar durante la emisión que tipo de producción da origen al contenido observable (sí, por el contrario, información sobre el copyright, en un “zócalo” visible). La clasificación del origen de la producción de los contenidos a partir de la información en pantalla transita entonces una línea borrosa. Sin embargo fácilmente reconocible los contenidos de producción internacional; por las marcas explícitas que se observan en pantalla (especialmente en el género “películas”. Como el objetivo de la presente investigación no es la “fiscalización” sino tan solo un cuadro de situación, la información relevada es suficiente en ese sentido; aunque no implique esto una adecuación o no a la Ley de Servicios Audiovisuales. Para los fines del presente estudio entonces, la ficción nacional será la que tiene como origen de producción de contenidos empresas argentinas; la producción propia será la que los propios canales identifiquen como tal; y la producción local independiente será una producción cuyo origen empresarial no se relaciona con el canal observado.

¿Por qué hacer foco en la “ficción”? De todos los géneros contenidos en los registros que obtuvimos desarrollaremos en este artículo aquellos que se pueden agrupar bajo el mote de “ficción”; es decir, la transmisión de películas, series y miniseries y telenovelas. El foco en la ficción es interesante ya que evidencia de manera rápida un doble efecto de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación: 1) La articulación comercial entre las empresas de transmisión y contenidos (los canales) y las productoras; y 2) La estrecha relación comercial entre los grandes grupos multimedia argentinos con las productoras internacionales.

Para comprender esos dos fenómenos debemos primero describir la distribución del origen de la producción de contenidos según los géneros. Para lo cual debemos responder a dos preguntas: Primero, ¿Cuál es el “peso” de la ficción en el total de los géneros emitidos?, para luego preguntarnos ¿Qué porcentaje de la producción nacional representan los géneros de ficción? Es decir, una descripción general de las emisiones obtenidas es el punto de partida necesario.

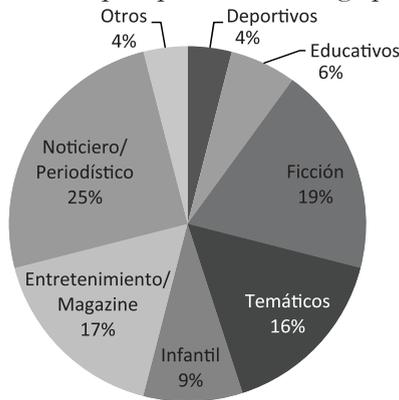
Como clasificación general distinguimos 32 tipos de programas según los temas y/o géneros que abordan; desde programas dedicados a la Arquitectura,

comprometido. Producción propia: Producción directamente realizada por los licenciatarios o autorizados con el objeto de ser emitida originalmente en sus servicios. Producción vinculada: Producción realizada por productoras con vinculación jurídica societaria o comercial, no ocasional con los licenciatarios o autorizados.

programas de Cocina, culturales, periodísticos, noticieros, a temas rurales, etc.; incluyendo incluso los programas de televenta, infocomerciales y juegos de azar. Entre estos tipos de programas hay tres que como dijimos representan claramente a la ficción: transmisión de películas, telenovelas y series y miniserias. Estos 3 tipos de programas representan en conjunto un 19% de todas las emisiones recolectadas; o si se prefiere, una de cada cinco emisiones tiene un contenido de ficción.

La ficción sin embargo no es lo que más abunda: los noticieros (17,5%) y los programas de entretenimiento (15%) lideran el ranking de emisiones. Con el fin de simplificar la presentación de los datos vamos a agrupar aún más los tipos de emisiones. Por ejemplo podemos crear una categoría de emisiones que agrupe los programas de noticias en general, incluyendo tanto los noticieros como los programas periodísticos. Y podríamos hacer lo propio agrupando los programas de entretenimiento en general con los de formato “Magazine”. Y lo mismo con todos los programas “temáticos” (dedicados al campo, a la arquitectura, a la cultura, a “mujer”, etc.). Claro está que este tipo de agrupaciones es arbitraria: por ejemplo, dentro de la emisión de un magazine matutino muchas veces hay cobertura de noticias o tratamientos de temas de actualidad; e incluso en algunos canales el magazine de la mañana (de dos o tres horas de duración) reemplaza a la emisión de un noticiero matutino. El análisis detallado de la circulación de noticias en la televisión abierta, más allá del formato en el que se emite, quedará para otro momento. A pesar de estas particularidades que es necesario explicitar, la clasificación por agrupaciones genéricas de tipos de emisiones nos permite entrever la intensidad de la ficción en el cosmos de emisiones de los canales de aire de nuestro país.

Gráfico 1: Distribución porcentual por tipo de emisiones agrupadas. 38 canales de aire.



Fuente: elaboración propia.

Aun teniendo en cuenta lo dicho anteriormente, la ficción se encontraría en el segundo lugar en cantidad de emisiones en la programación de la televisión abierta Argentina. Si profundizáramos en el detalle sobre la cantidad de tiempo que por ejemplo los magazine destinan a noticias o se transforman en programas “temáticos”; o si por el contrario un programa centrado en temas del campo destina también a temas de actualidad (desarrollo de líneas editoriales de problemáticas no relacionadas con la actividad rural); o incluso si en su defecto quitáramos el tiempo que programas “periodísticos” dedican a temas que no sean de actualidad (a la “farándula”); de todas maneras avanzaríamos en la idea de que presumiblemente la televisión abierta en Argentina está eminentemente volcada hacia la transmisión de temas de actualidad/noticiales/periodísticos en al menos un cuarto de todas sus emisiones. Algo que es lógico si pensamos que la oferta mayor en otros tipos de programas puede pensarse en contextos de televisión paga; en donde por ejemplo, existen canales íntegramente dedicados a niños, a deportes, etc.

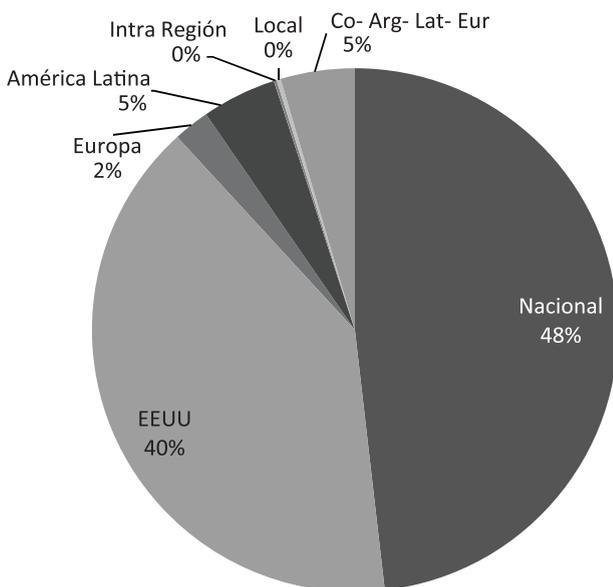
Aun así, la ficción ocupa un lugar privilegiado en la grilla televisiva; ya que representa el 41% de las emisiones del último segmento del “prime time” televisivo (de inicio entre las 21 y las 22 horas); en donde la “tira diaria” por sí sola representa el 27% del total de las emisiones. En donde casi el 60% de la ficción del tipo “tira diaria” se emite en la franja de 20 a 0.00 hs.

Dependiendo del canal o del grupo económico que posea la señal, la ficción en prime time puede preceder o anticipar al programa de entretenimientos de moda. Pero en un tipo ideal de grilla televisiva Argentina, la ficción aparece luego del noticiero de edición central nocturna; y luego de finalizada la emisión de la ficción, el canal “tipo” vuelve con una edición sintética del noticiero. Es decir, la ficción atraviesa el horario de la cena, en el cual hipotéticamente se reúne la familia; y “transita” junto con las noticias en ese segmento de la vida familiar². En un 20% de las emisiones analizadas, luego del noticiero sintético de la traspasada, vuelve la ficción en formato de películas.

² La cantidad de tiempo diario que las personas destinan al consumo de medios de comunicación masivos se encuentra entre las “actividades” que más tiempo insumen por día. Según la Encuesta del Uso del Tiempo realizada por el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en el 2005 el ranking de actividades se compone por 1) Las actividades de cuidado personal (dormir, vestirse, etc.), consumiendo 10:50 hs. diarias; 2) El trabajo (9 hs. diarias); 3) El Estudio (5:31 hs. diarias); 4) Las actividades relacionadas con el tiempo libre (contactos con familiares y amigos, salidas, etc., deportes) que consumen entre 4:47 hs.; y en quinto lugar “actividades relacionadas con los medios de comunicación” con 3:54 diarias. El trabajo doméstico, el cuidado de niños y ancianos y servicios a la comunidad aparecen con menos tiempo destinado. “Ver televisión” es una práctica familiar y que se puede superponer con otras tareas en simultáneo. Según una encuesta del Ministerio de Educación realizada en 2006, un 85% de los niños dicen que ver televisión es la principal tarea que realizan en familia; por encima de “Comer” (65%); “Hablar” (35%) y “hacer la tarea” (34%). En el mismo sentido, un estudio del COMFER (2004) aseguraba que los niños pasaban más horas frente al televisor que en la escuela.

¿Dónde se producen estos contenidos? Los contenidos de ficción de producción nacional –privada o de estímulo público– representan casi la mitad de las emisiones con más de 500 horas registradas a lo largo de la semana de referencia en los canales relevados. Claro está que la producción nacional de ficción no responde a una estructura federal. La producción local de ficción es prácticamente nula (menos de 3hs. relevadas). Y por supuesto esta producción local (canales provinciales públicos o privados) depende de la coproducción de estímulo estatal vía los concursos INCAA- BACUA. Si observamos la producción de ficción según el origen vemos que virtualmente la producción nacional compite con la de origen estadounidense (48% versus 40% de EEUU). La región latinoamericana aparece, aunque muy lejos, como un tercer polo de producciones en ficción (5%); compitiendo palmo a palmo en minutos emitidos con la coproducción Argentino-Europea “Violetta”.

Gráfico 2: Porcentaje de producción de ficción según región.



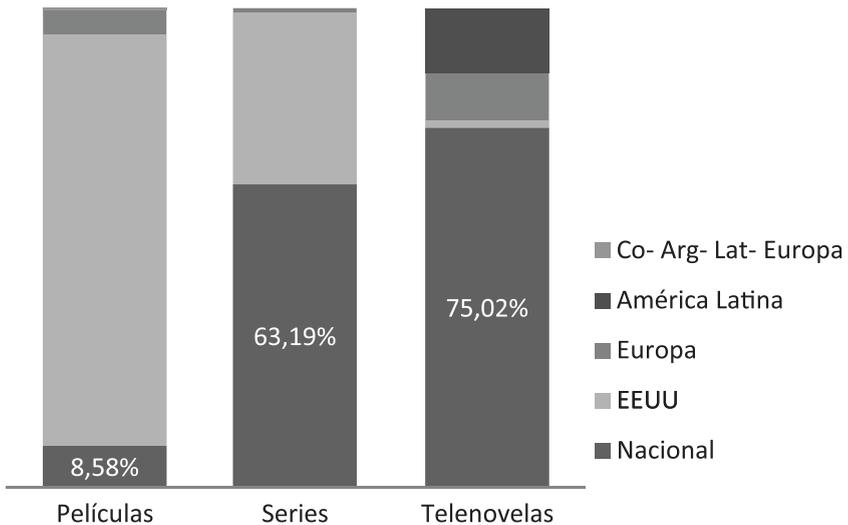
Fuente: elaboración propia.

Si diferenciamos la ficción en tres géneros: Películas, Series/Miniserias y Telenovelas/Tiras diarias, la emisión bastante equitativa; aunque preponderan las telenovelas en detrimento de las series/miniserias. Si lo medimos en cantidad

de horas emitidas, las telenovelas o tiras diarias representan el 38% de las horas producidas para ficción. En un segundo lugar aparecen las películas (36%) y a diez puntos de éstas porcentuales las series/miniseries.

Esta distinción es importante a los fines de este artículo; ya que la composición del origen de la producción varía de manera notoria respecto al género. En principio podemos afirmar que las telenovelas/tiras diarias concentran un 75% de producción nacional; mientras que las películas apenas superan un 8 %

Gráfico 3: Distribución producción de ficción según región y tipo de contenido

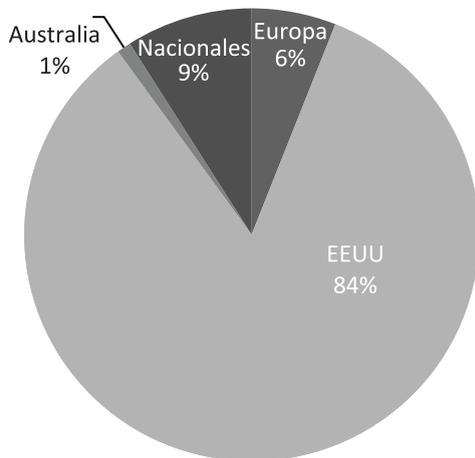


Fuente: elaboración propia.

Películas

En el caso de las películas emitidas en televisión abierta en los canales relevados en la semana de referencia se observa nítidamente una extranjerización inexplicable: de 233 películas emitidas 188 son de origen norteamericano; 15 de Europa y otras regiones y 20 Nacionales. Estas cifras por supuesto que no reflejan los volúmenes de producción nacional de largometrajes; y si se quisiera argüir que la producción nacional no alcanza, tampoco refleja el volumen de producción cinematográfica mexicana, brasilera, chilena, uruguaya en su conjunto. De hecho, en la semana de referencia no se ha detectado ninguna película latinoamericana que no sea argentina.

Gráfico 4: Porcentaje de producción de películas según región de origen



Fuente: elaboración propia.

Aunque la preponderancia de las películas Norteamericanas es evidente: con 340 horas de emisión representan el 39% de los contenidos de ficción transmitidos; y el 7% de toda la programación. 83 películas son emitidas con presentación previa; de las cuales 63 se enmarcan en el ciclo de cine con conducido por Virginia Lagos (grupo TELEFE); que pasa exclusivamente películas norteamericanas. Las películas norteamericanas emitidas en la televisión abierta reproducen la predominancia de las grandes cadenas (en orden de predominancia: Columbia Pictures, FOX, Dreamworks, Warner Bros y sigue la lista).

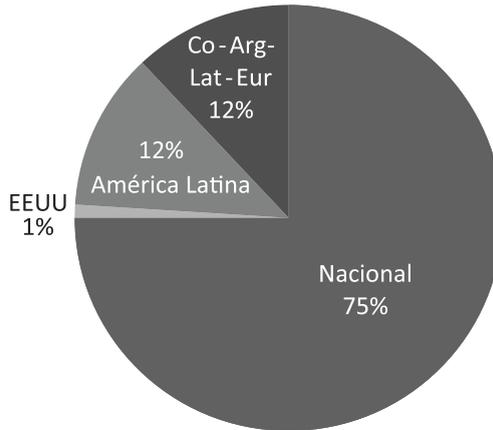
Por otra parte la emisión de películas de origen nacional es sensible al grupo económico que emita cine. La mitad de las películas Argentinas emitidas se vieron por la TV pública. Es decir, la emisión de películas argentinas en la televisión abierta depende de una política de promoción cultural; ya que librada a los intereses económicos de los grandes grupos multimediáticos, es postergada a favor de las películas norteamericanas.

Telenovelas / Tiras Diarias

Un escenario distinto presenta las telenovelas o tiras diarias, donde la producción local es mucho más pronunciada. Las 16 telenovelas que se emitieron en la semana de referencia, totalizan 422 horas de programación; representando así casi el 40% de la ficción emitida y poco más del 8% de toda la programación

en su conjunto. O dicho de otra forma: la producción nacional representa el 75% de las horas emitidas con el género telenovela / tira diaria; seguida de la co-producción Europeo-Latinoamericana “Violetta” con el 12% en este género. Prácticamente no existen telenovelas de origen norteamericano en emisión; como tampoco novelas de producción local. Pero las novelas latinoamericanas se acercan al 12%; primando las de producción brasilera (O Globo Televisión).

Gráfico 5: Porcentaje de producción de telenovelas según región de origen



Fuente: elaboración propia.

Ahora, bien, lo que detalla la concentración de la producción de contenidos es que tal volumen de producción nacional no se refleja en una pluralidad de actores: Cinco programas concentran casi el 90% de las horas emitidas en el género telenovela / tira diaria.

Cuadro 3: Principales telenovelas según horas de emisión semanales

Nombre	Canales	Horas de emisión	% horas telenovelas	Producción
Sos mi hombre	14	89:22:00	21%	POL-KA/ARTEAR
Graduados	15	87:23:00	21%	ENDEMOL/TELEFE
Dulce Amor	14	69:53:00	17%	LCA/TELEFE
Floricienta	13	69:50:00	17%	RGB/TELEFE
Violetta	13	50:44:00	12%	POL-KA /DISNEY/ARTEAR
Total		367:12:00	87%	

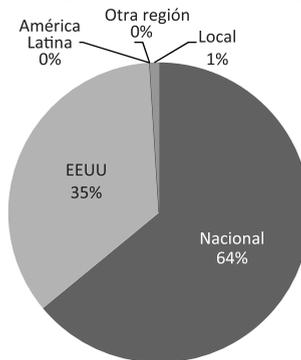
Fuente: elaboración propia.

Estas cinco principales telenovelas representan a su vez el 35% del total de la ficción emitida y el 7% de toda la programación. TELEFE con 228 horas concentra el 72% de la programación en telenovelas; lo que representa el 22% de toda la ficción y el 4% de toda la programación.

Series y Miniseries

En el formato series y miniseries el escenario se parece en rasgos generales a lo que ocurre con las telenovelas/tiras pero en una escala menor en lo que se refiere a su peso en la ficción. Con 291 horas semanales registradas, las series y miniseries son el género de menor emisión en ficción (el 28%); representando casi el 6% de la programación total. Lo interesante es que en este formato de la ficción es el único que observa producción local de canales independientes (co-producidos por el sistema INCAA-BACUA). Es de remarcar que las políticas de promoción de contenidos para televisión es relativamente reciente y que además del financiamiento se precisa de la implementación plena de la Ley de Servicios Audiovisuales para estimular a los canales de televisión a aprovechar este modelo de producción. De todas maneras, es un modelo que representa de forma más cabal un tipo de producción cultural que persigue la diversidad de voces, la pluralidad de actores y la federalización de la producción de contenidos; elementos imprescindibles para revertir una concentración negativa de en la producción y circulación de la cultura nacional. La coproducción local junto el sistema INCAA-BACUA totaliza 16 horas de programación del género Serie y Miniseries (un 5% del total de series; un 2% del total de la ficción y un 0,3% del total de la programación).

Gráfico 6: Porcentaje de producción de series según región de origen



Fuente: elaboración propia.

Bajo este formato de ficción en total se emitieron en la semana de referencia 42 series y miniseries. Pero nuevamente vemos que apenas 5 de ellas concentran el 76% de las horas emitidas. De estas 5 series dos son de origen estadounidense (“El Zorro” y la serie de animación “Los Simpsons”); que en conjunto representan el 23% de las horas transmitidas en el segmento de series / miniseries. Y la serie de mayor emisión (que llega a 14 de los 38 canales relevados) es una adaptación de “Married... with children” original de la cadena FOX. Es decir, FOX, directamente o a través de la venta del formato, representa el 61% de las horas de ficción que integran el género series. Es de destacar que la semana de referencia en la que se relevaron los canales se sitúa en el 2012; cuando esta “remake” (retransmitida también en Uruguay, Paraguay y Perú) sólo tuvo dos temporadas durante el 2004 y el 2005. Es decir, de las cinco principales series/miniseries en emisión en el período de referencia sólo 2 (“Tiempos compulsivos” y “Mi problema con las mujeres”) fueron producciones contemporáneas y el resto “reposiciones”.

Cuadro 4: Principales series/miniseries según horas de emisión semanales

Nombre	Canales	Horas de emisión	% horas seris	Producción
Casados con hijos	14	125:30:00	43%	FOX/TELEFE
Los Simpsons	13	51:40:00	18%	FOX
Tiempos Compulsivos	14	16:33:00	6%	POL-KA/ARTEAR
El Zorro	6	14:37:00	5%	DISNEY
Mi problema con las mujeres	14	13:45:00	5%	13 MARES/TELEFE
Total		222:05:00	76%	

Fuente: elaboración propia.

Palabras finales

No podemos hacer futurología y aseverar que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual será el vector efectivo sobre el cual se erija un nuevo sistema de comunicaciones. La implementación, la auto-sustentabilidad y las disputas que encaran los actores perjudicados hoy, y las que están por venir, dejan un escenario abierto. Lo que sí podemos estar seguros sin temor a equivocarnos es que los principales lineamientos de la Ley atacan el corazón del proceso de concentración. Revertir ese proceso es el desafío institucional para posibilitar la democratización de la cultura y generar un desarrollo tecnológico acorde a un modelo de defensa de la inclusión redistributiva. Desconcentrar es el camino para lograr una pluralización y soberanía cultural como sostén de la democracia.

Ahora bien, la concentración oligopólica de los medios de comunicación, de Internet, de telecomunicaciones, impone amplios desafíos: la disputa por el sentido de lo ilegítimo se transforma en una confrontación total. Si el Estado transforma lo ilegítimo de las prácticas corporativas oligopólicas en ilegal (con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisuales) las corporaciones contraatan buscando hacer ilegítimo primero a los gobernantes; y si esto no alcanza, a la idea misma de democracia. Si el Estado dice: la fecha de aplicación de la Ley es esta, las corporaciones contraatan desinformando para producir un escenario de ilegalidad consentida. Si el Estado se pone firme en su voluntad de hacer cumplir las reglamentaciones, las corporaciones se empeñan en minar la permanencia de esos gobernantes.

Pero, ¿Qué es lo que se disputa? ¿Cuál es el eje de la discusión sobre la concentración de la propiedad de los complejos multimediales? Si toda transformación social entraña una disputa en la que intervienen actores que toman posiciones, es entendible que la aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisuales esté tensionada en esa lógica de hacer ilegal lo ilegítimo o hacer legítimo lo ilegal. Las corporaciones han jugado su carta más peligrosa; involucrando a la justicia para frenar la aplicación de una ley que, sancionada en el 2009, lleva ya 4 años de restricción a través de una serie de medidas cautelares que pusieron en discusión la misma constitucionalidad del proceso legislativo. La avanzada legal, basada en argumentaciones de poco vuelo jurídico, es por supuesto impulsada por un grupo económico que interpreta que sus intereses económicos se ven perjudicados; y por lo tanto, está dispuesto a hacer lo que sea para evitarlo. Sin embargo, el problema de fondo no es económico. No se trata de dinero; al menos en lo que refiere al impacto que puede tener la reglamentación del sector audiovisual para el desarrollo de la cultura en nuestro país.

Ni siquiera se trata de discutir la concentración de los medios per se. Sino tan sólo de remarcar que la concentración de medios (y aquí hay que agregar industria cinematográfica, contenidos e infraestructura sobre Internet, telefonía celular, telefonía fija, radio, gráfica y televisión) desde la década del noventa ha producido el efecto contrario en relación al ideal de liberalización del mercado cultural: no se ha tendido a una mejor y mayor oferta de contenidos sino a una repetición de contenidos como modelo de negocio. Es decir, el efecto de la liberalización de las industrias culturales ha sido una pérdida de la capacidad social de expresar la diversidad que le es intrínseca. El modelo de negocios que se ha impuesto en la industria cultural impide la expresión cultural de otras miradas del mundo, de otras necesidades, otros enfoques políticos, otros sonidos,

letras e imágenes que no caben en lo que consideran las grandes corporaciones como convenientes; tanto sea por dudosos cálculos de rentabilidad (se ofrece lo que el público compra), como por selección de lo que como corporaciones consideran apropiadamente enunciable.

Cuadro 1: Listado de 38 Canales Relevantados

Canal	Categoría
CANAL 2-AMERICA-CABA-BUENOS AIRES	GRUPO UNO
CANAL 3-EL TRES (LT 83)-ROSARIO-SANTA FE	INDEPENDIENTE
CANAL 3-STA ROSA-LA PAMPA	PÚBLICO
CANAL 5 (LT 84)-ROSARIO-SANTA FE	TELEFE
CANAL 6 TELE SUR (LV 84)-SAN RAFAEL-MENDOZA	GRUPO UNO
CANAL 7 (LU 84)-NEUQUEN-NEUQUEN	TELEFE
CANAL 7 (LV 89)-MENDOZA-MENDOZA	GRUPO UNO
CANAL 7 (LV 80)-S.SALVADOR-JUJUY	INDEPENDIENTE
CANAL 7-BAHIA BLANCA-BUENOS AIRES	GRUPO CLARIN
CANAL 7-RAWSON-CHUBUT	PÚBLICO
CANAL 7-TV PUBLICA-CABA-BUENOS AIRES	PÚBLICO
CANAL 8 (LRK 458)-S.MIGUEL-TUCUMAN	TELEFE
CANAL 8 (LU 86)-MAR DEL PLATA-BUENOS AIRES	TELEFE
CANAL 8 (LV 82)-SAN JUAN-SAN JUAN	GRUPO UNO
CANAL 8 (LV 85)-CORDOBA-CORDOBA	TELEFE
CANAL 9 (LRI 450)-PARANA-ENTRE RIOS	INDEPENDIENTE
CANAL 9 (LT 81)-RESISTENCIA-CHACO	INDEPENDIENTE
CANAL 9 TELEVIDA-MENDOZA-MENDOZA	GRUPO UNO
CANAL 9-BAHIA BLANCA-BUENOS AIRES	TELEFE
CANAL 9-CABA-BUENOS AIRES	HADAD/REM GONZALEZ
CANAL 9-LA RIOJA-LA RIOJA	PÚBLICO
CANAL 9-SALTA-SALTA	INDEPENDIENTE
CIUDAD ABIERTA-CABA-BUENOS AIRES	PÚBLICO
CANAL 10 (LU 82)-MAR DEL PLATA-BUENOS AIRES	INDEPENDIENTE
CANAL 10-CORDOBA-CORDOBA	PÚBLICO

Canal	Categoría
CANAL 10-GRAL ROCA-RIO NEGRO	PÚBLICO
CANAL 10-S.MIGUEL-TUCUMAN	INDEPENDIENTE
CANAL 11 (LU 87)-USHUAIA-TIERRA DEL FUEGO	PÚBLICO
CANAL 11 (LW 82)-SALTA-SALTA	TELEFE
CANAL 11 LAPACHO-FORMOSA-FORMOSA	PÚBLICO
CANAL 11-TELEFE-CABA-BUENOS AIRES	TELEFE
CANAL 12 (LT 85)-POSADAS-MISIONES	PÚBLICO
CANAL 12 (LV 81)-CORDOBA-CORDOBA	GRUPO CLARIN
CANAL 13 (Imperio tv)-RIO CUARTO-CORDOBA	INDEPENDIENTE
CANAL 13 (LT 80)-CORRIENTES-CORRIENTES	INDEPENDIENTE
CANAL 13 (LT 82)-SANTA FE-SANTA FE	TELEFE
CANAL 13 (LV 90)-SAN LUIS-SAN LUIS	INDEPENDIENTE
CANAL 13-CABA-BUENOS AIRES	GRUPO CLARIN

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 2: Detalle de la muestra constituida

Canales Relevados	38
Período de relevamiento	del lunes 29 de octubre al lunes 5 de noviembre de 2012
Cantidad de Horas de Programación	5082:37:00
Cantidad de Emisiones	5029
Cantidad de Programas	1.191

Fuente: elaboración propia.

Bibliografía

- Adorno, Theodor W. (2002). *Televisión y cultura de masas*. Buenos Aires: Lunaria.
- Albornotz, Luis A. y García Leiva, María Trinidad (2012). *La televisión digital terrestre: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia*. Buenos Aires: La crujía.
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- Lazarro, Luis (2010). *La batalla de la comunicación. De los tanques mediáticos a la ciudadanía de la información*. Buenos Aires: Colihue.
- Sorj, Bernardo (comp.) (2010). *Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show*. Buenos Aires: Siglo XXI.

- Silverstone, Roger. (1994) *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires. Amorrortu.
- Teramo, María Teresa (2006). Modas adolescentes y medios de comunicación como agentes socializadores. The media in teenagers' socialization: styles and modes. En: *Comunicar*, 27, 2006, *Revista Científica de Comunicación y Educación*; ISSN: 1134-3478; páginas 85-91.
- Van Eemeren, Frans H. (2011). *Una teoría sistemática de la argumentación: la perspectiva pragmatológica*. Buenos Aires: Biblos.
- Williams, Raymond. (2011) *Televisión, tecnología y forma cultural*. Buenos Aires. Paidós.
- Winocur, Rosalía. (2002) *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa.

Documentos

- Argentina Conectada Documento elaborado por la Comisión de Planificación y Coordinación Estratégica del Plan Nacional de Telecomunicaciones “Argentina Conectada”
- Bases y lineamientos para una Agenda Digital Argentina. *Documento desarrollado por Cabase, Cessi, Cicomra y Rodar. Agosto 2008*
- Boletín oficial de la República Argentina. (9 de diciembre de 2010) Año CXVIII Número 32.044 [Disponible en: www.boletinoficial.gob.ar]
- CAAM INFO julio 2012. ¿Qué sabe la gente acerca del rating? Cámara argentina de Agencias de Medios. [Disponible en: www.agenciasdemedios.com.ar]
- CAAM INFO junio 2012. Millennials: la generación de influencia. ? Cámara argentina de Agencias de Medios. [Disponible en: www.agenciasdemedios.com.ar]
- COOPERAR-INAES. (2012) *Economía solidaria hacia un nuevo mapa de la comunicación. Textos, contextos, experiencias y propuestas de cooperativismo y mutualismo*. Buenos Aires: Usina de Medios. Comunicación solidaria.
- Declaración de Principios Construir la sociedad de la información: un desafío global para el nuevo milenio. Cumbre mundial sobre la sociedad de la información. Ginebra 2003-Túnez 2005. Documento WSIS-03/GENEVA/4-S. 12 de mayo de 2004 [Disponible en: www.itu.int/wsis/]
- Informe Anual sobre contenidos de la Televisión Abierta Argentina. Período 2011. Origen de la Producción Tipo de Programas Estructura de Propiedad 2012 Datos correspondientes de diciembre 2010 a diciembre 2011. AFSCA Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. Presidencia de la Nación.
- Informe Bimestral sobre Audiencia, Monitoreo y Consumo de medios y productos. Cámara argentina de Agencias de Medios. Noviembre de 2010. IBOPE media.

- CEPAL – Colección Documentos de Proyectos. (2008). Panorama Digital 2007 de América Latina y el Caribe. Avances y desafíos de las políticas para el desarrollo con las Tecnologías de Información y Comunicaciones. Massiel Guerra, Martin Hilbert, Valeria Jordán, Christian Nicolai. [Disponible en: <http://www.cepal.org/SocInfo> y <http://www.dirsi.net>
- Documento de SALA n° 1. 8 de febrero de 2008. Segunda Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe. San Salvador, 6 al 8 de febrero de 2008. Compromiso de San Salvador.
- Ley Nacional de Telecomunicaciones. Ley n° 19.798. Bs. As. 22/8/72.
- Planificación Estratégica. Plan Nacional de Telecomunicaciones
- Servicios de Comunicación Audiovisual. Decreto 1225/2010. Reglaméntase la Ley N° 26.522.
- Servicios de Comunicación Audiovisual. Ley 26.522. Regúlense los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina. Sancionada: Octubre 10 de 2009. Promulgada: Octubre 10 de 2009.
- Telecomunicaciones. Decreto 252/2000. Créase el Programa Nacional para la Sociedad de la Información. Objetivo. Modificación de los Decretos Nros. 1018/98 y 1293/98. Decreto 1018/98. Buenos Aires, 1/9/98

Astor Massetti

Licenciado en Sociología, Especialista en Antropología Social y Política y Doctor en Ciencias Sociales. Docente en la UBA y en la UNAJ. Investigador CONICET y de IIGG
astor@mail.fsoc.uba.ar