.UBAsociales
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Repositorio Digital Institucional

Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: El FOMECA como fomento al pluralismo y la diversidad mediática : la batalla por la democratización de la palabra

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Nicolás Baccaro

Flavia Gemignani

Diego de Charras, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2019

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: http://repositorio.sociales.uba.ar/

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)
La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR

Repositorio Digital Institucional

.UBAsociales
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Tesina de grado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Universidad de Buenos Aires

FOMECA

como fomento al pluralismo y la diversidad mediática.
La batalla por la democratización de la palabra

Autorxs: Nicolás Baccaro y Flavia Gemignani
Director: Diego De Charras
Octubre 2018

Tesina de grado

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

“El FOMECA como fomento al pluralismo y la diversidad mediática: La batalla por la democratización de la palabra”

Autorxs: Nicolás Baccaro y Flavia Gemignani

Tutor: Diego De Charras

Facultad de Ciencias Sociales

Universidad de Buenos Aires

Octubre de 2018

Índice

Agradecimientos **5**

Glosario de siglas **6**

Introducción **10**

1. Legislación para la pluralidad. *Marco teórico*. **14**

1.1. La libertad de expresión y el derecho humano a comunicar 17

1.2. Pluralidad, pluralismo y diversidad: medios y democracia 27

1.2.1. Concentración: una mirada compleja 30

1.2.2. Los mercados de medios y la industria cultural 31

1.2.3. Violaciones a la libertad de expresión: el problema de la concentración en los sistemas de derechos humanos y los instrumentos internacionales 33

1.2.4. Pluralismo es más que limitar la concentración 38

1.2.5. Diversidad de Tipos de Medios de Comunicación: los sin fines de lucro 41

1.3. Políticas Nacionales de Comunicación 44

1.4. Medios comunitarios, alternativos y populares 48

1.5. Fomento del pluralismo y la diversidad en la legislación 50

1.5.1. Tipos de ayudas estatales a los medios en Europa 50

1.5.2. Los modelos de intervención estatal en el fomento a la prensa 51

1.5.3. Condicionamientos contextuales al fomento del pluralismo 54

2. El derecho a comunicar en las políticas públicas argentinas. El rol de los medios sin fines de lucro. *Contexto histórico, legal e institucional.* **56**

2.1. Estado garante de los negocios 57

2.1.1. Las mordazas visibles: entre el disciplinamiento y los negocios. El derecho a comunicar en dictadura 58

2.1.2. La efímera primavera democrática. El derecho a comunicar en el alfonsinismo 62

2.1.3. Menemismo: derecho al lucro y libertad de empresa 67

2.1.4. El Gobierno de la Alianza: más endeudamiento y estallido de la crisis 73

2.1.5. La salida de la convertibilidad: el Estado al rescate de lxs poderosxs 75

2.2. Los medios truchos 78

2.2.1. Democratizar la comunicación para transformar la sociedad: los ‘80 78

2.2.2. De democratizar a resistir e intentar incidir: los ‘90 81

2.2.3. Punto de inflexión: comunicar post crisis 2001 86

2.3. La profundización contrapesada. Estado y medios en la presidencia de Néstor Kirchner (2003-2007) 88

2.3.1. La balanza inclinada hacia la concentración: concesiones gubernamentales por construcción de legitimidad 88

2.3.2. Los contrapesos: Desarrollo y fortalecimiento del SNMP y reconocimiento de nuevxs actorxs 95

2.4. Rompiendo las cadenas: medios sin fines de lucro 2003-2008 101

2.4.1 El verano democrático 103

2.4.2 No todo es color de rosas 105

2.4.3 El reconocimiento tan militado 106

2.5. Estado garante del derecho a comunicar 108

2.5.1. La disputa por una nueva comunicación 2008-2015 108

2.5.2. La Ley 26.522: una nueva racionalidad estatal sobre la comunicación 113

2.6. La ruptura definitiva: el camino hacia un nuevo paradigma 120

3. Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual 2013-5015. *Análisis de la política pública.* **127**

3.1. El sector social y comunitario de la comunicación luego de la sanción de la ley 127

3.2. El Estado como garante del pluralismo y la diversidad: FOMECA 133

3.2.1. FOMECA 2013 136

3.2.1.a. FOMECA Línea 1 2013: Equipamiento para radios 136

3.2.1.b. FOMECA Línea 2 2013: Producciones audiovisuales 150

3.2.1.c. El FOMECA en 2013 158

3.2.2. FOMECA 2014 163

3.2.2.a. FOMECA Línea 1 2014: Equipamiento para radios 163

3.2.2.b. FOMECA Línea 2 2014: Comunicación con identidad 166

3.2.2.c. FOMECA Línea 3 2014: Producciones Audiovisuales 169

3.2.2.d. FOMECA Línea 4 2014: Producciones Radiofónicas 176

3.2.2.e. FOMECA Línea 5 2014: Gestión de medios comunitarios 183

3.2.2.f. FOMECA Línea 6 2014: Producciones Audiovisuales 189

3.2.2.g. FOMECA Línea 7 2014: Producciones Radiofónicas 194

3.2.2.h. El FOMECA en 2014 201

3.2.3. FOMECA 2015 209

3.2.3.a. FOMECA Línea 1 2015: Equipamiento para radios 209

3.2.3.b. FOMECA Línea 2 2015: Equipamiento e infraestructura para TV 212

3.2.3.c. FOMECA Línea 3 2015: Comunicación con identidad 214

3.2.3.d. FOMECA Línea 4 2015: Gestión de medios comunitarios primera presentación 216

3.2.3.e. FOMECA Línea 5 2015: Gestión de medios comunitarios segunda presentación 218

3.2.3.f. FOMECA Línea 6 2015: Producción de contenidos radiofónicos para emisoras 220

3.2.3.g. FOMECA Línea 7 2015: Producción de contenidos radiofónicos para productoras 223

3.2.3.h. FOMECA Línea 8 2015: Producción de contenidos audiovisuales para productoras 225

3.2.3.i. FOMECA Línea 9 2015: Producción de contenidos audiovisuales para Emisoras TV 227

3.2.3.j. FOMECA Línea 10 2015: Redes 229

3.2.3.k. FOMECA Línea 11 2015: Emergencias en Emisoras 233

3.2.3.l. FOMECA Línea 12 2015: Equipamiento para radios 235

3.2.3.m. FOMECA Línea 13 2015: Comunicación con identidad 237

3.2.3.n. FOMECA Línea 14 2015: Producción de contenidos radiofónicos para emisoras 239

3.2.3.ñ. FOMECA Línea 15 2015: Producción de contenidos radiofónicos para productoras 241

3.2.3.o. FOMECA Línea 16 2015: Producción de contenidos audiovisuales para productoras 243

3.2.3.p. FOMECA Línea 17 2015: Producción de contenidos audiovisuales para productoras 245

3.2.3.q. El FOMECA en 2015 246

3.2.4. El FOMECA en el período 2013 - 2015 255

4. Conclusiones **272**

4.1. Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual 2013-2015 282

4.2. Aportes al campo de la comunicación 287

4.3. “Salvo el poder, todo es ilusión” 290

5. Bibliografía **294**

6. Anexo **305**

Agradecimientos

A nuestras abuelas y abuelos, antes que a nadie. Sus sueños de ver a sus nietxs alcanzando un logro como este fue un motor fundamental para nosotrxs en todos estos años que transitamos. La alegría máxima de este momento es devolverles algo de lo mucho que hicieron por nosotrxs.

A nuestrxs familias, por acompañarnos y bancarnos siempre para que seamos lo que quisiéramos ser.

A Diego de Charras, nuestro tutor, por guiarnos y enriquecer nuestras perspectivas en todo el proceso.

A Brenda Daney, por sus aportes invaluables sin los cuales este trabajo no hubiera sido posible. El sector social y comunitario de la comunicación tiene en ella una defensora imprescindible.

A Larisa Kejval, por compartir con nosotrxs sus experiencias y reflexiones.

A Pablo Neira, porque sin su arte no hubiéramos podido estar orgullosxs de los gráficos del trabajo.

A la Universidad Pública, hoy tan amenazada, por enseñarnos que lxs profesionales que salgan de ella, ante todo, deben poner sus conocimientos al servicio del Pueblo.

A todxs nuestrxs compañerxs de ayer y hoy, porque su militancia incansable es un faro para nunca perder de vista el para qué formarnos, y el por qué hacemos lo que hacemos.

A lxs amigxs, por estar siempre ahí para transformar los problemas en carcajadas.

A todxs lxs que lucharon y luchan por otra comunicación en el país y el continente, como camino ineludible para la profundización de nuestras democracias.

A lxs gigantes de la historia que guiarán siempre nuestras vidas como patriotas latinoamericanxs con su ejemplo de lucha inclaudicable por la felicidad de nuestros pueblos.

Glosario de siglas

AFSCA: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual
ALER: Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica
AMARC ALC: Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe
ARCO: Asociación de Radios Comunitarias
ARPA: Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas
ATC: Argentina Televisora Color
CAC: Consejo del Audiovisual de Cataluña
CADHP: Comisión Africana de Derechos Humanos y de los pueblos
CADH: Convención Americana sobre Derechos Humanos
CAJ: Centros de Atención Juvenil
CFK: Cristina Fernández de Kirchner
CIDH: Comisión Interamericana de Derechos Humanos
CIESPAL: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina
COCODE: Consejo para la Consolidación de la Democracia
COFECO: Consejo Federal de Comunicaciones
COFETIC: Consejo Federal de las Tecnologías de las Telecomunicaciones y la Digitalización
COMFER: Comité Federal de Radiodifusión
CONADEP: Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas
Corte IDH: Corte Interamericana de Derechos Humanos
CNDC: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
DPE: Dirección de Proyectos Especiales
ENACOM: Ente Nacional de Comunicaciones
FELAFACS: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social
FIP: Federación Internacional de Periodistas
FMI: Fondo Monetario Internacional
FREPASO: Frente País Solidario
FOMECA: Fondo Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual
IES: Institutos de Educación Superior
LSCA: Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual
NOMIC: Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación
OEA: Organización de Estados Americanos
ONU: Organización de las Naciones Unidas
OSCE: Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa

PEN: Poder Ejecutivo Nacional
PLANARA: Plan Nacional de Radiodifusión
PNC: Políticas Nacionales de Comunicación
PNUMA: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
PROA: Producciones Alternativas
PPP: Permiso Precario Provisorio
RNMA: Red Nacional de Medios Alternativos
RNTC: Radio Nederland Training Centre
UE: Unión Europea
UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo
UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
RedPAC: Red de Productoras Audiovisuales Comunitarias
SCC: Servicio Conjunto de Comunicación
SIDH: Sistema Interamericano de Derechos Humanos
SIP: Secretaría de Información Pública
SNMP: Sistema Nacional de Medio Públicos
WACC: Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana

“Y las otras batallas de la democracia pendientes, como la distribución de la riqueza para acabar con la pobreza, el pleno empleo, el hambre de los más chicos, la recuperación de los recursos naturales, entre muchas otras, tendrán condiciones más favorables para ser resueltas con esta nueva y auspiciosa redistribución de la palabra, cuya puesta en práctica habrá que saber concretar y defender.”

Néstor Busso, Discurso en el Teatro Argentino de La Plata luego de la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2011.

Introducción

Con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en el año 2009, se abrió la posibilidad de intervenir en el mapa de medios en nuestro país, no sólo en relación a su desconcentración sino también el desarrollo y fortalecimiento de nuevas voces. Por primera vez en la historia de nuestra legislación, se incorporó al sector sin fines de lucro de la comunicación como un actor legítimo, luego de años de lucha de las organizaciones sociales por su reconocimiento por parte del Estado.

Lejos de ser un punto de llegada, esta victoria del sector se constituyó en un punto de partida y un desafío de todxs lxs actorxs[1], principalmente de quienes tuvieron la responsabilidad institucional de llevar adelante políticas públicas de fomento, para avanzar en la efectiva democratización de la comunicación. Con este propósito, entendiendo la comunicación como un derecho humano inalienable, se pusieron en marcha una multiplicidad de políticas que pretendieron garantizar el pluralismo y la diversidad en los medios.

En ese marco, entre otras acciones llevadas a cabo por el Estado, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual creó en 2012 la Dirección de Proyectos Especiales, que definió como su responsabilidad primaria el *"entender en la elaboración, implementación y monitoreo de proyectos de comunicación audiovisual tendientes a fomentar la diversidad, la universalidad de los servicios de comunicación audiovisual, la participación, la libertad de expresión, el derecho a la información, el federalismo, la inclusión social y el fortalecimiento del sector audiovisual"* (Informe de Gestión DPE, 2013-2015). Para ello, se propuso *"promover el ejercicio a la comunicación de sujetos y actores sociales que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522) considera prioritarios:*

- *Organizaciones sociales y comunitarias*
- *Comunidades de pueblos originarios*
- *Escuelas, universidades, institutos universitarios*
- *Medios comunitarios y productoras audiovisuales comunitarias".*

Una de las acciones más importantes de esta Dirección fue la aplicación del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual, contemplado en el artículo 97 inciso f) de la LSCA. Este fondo estaba destinado a proyectos de comunicación comunitaria, de frontera y de pueblos originarios para su desarrollo y fortalecimiento, entendidos como piezas fundamentales en la democratización del mapa mediático,

[1] En la escritura de la presente tesina hemos decidido aplicar lenguaje inclusivo en una de sus formas. No desconocemos que puede conllevar ciertas dificultades en la lectura y nos disculpamos por ello, pero consideramos que forma parte de un debate abierto en torno al uso del lenguaje y, por ende, a la democratización de la comunicación. En consecuencia, su utilización expresa nuestro posicionamiento en dicho debate.

monopolizado por la voz de los actores comerciales. Su aplicación atravesó distintas etapas y obstáculos, en un contexto de judicialización de la LSCA; barreras ofrecidas por los principales grupos monopólicos cuyos intereses se vieron afectados por la regulación; un sector recientemente reconocido de forma legal y, por lo tanto, con determinadas características que entraron en constante tensión con la aplicación de la política y, fundamentalmente, con un andamiaje administrativo novedoso, incipiente y, por lo tanto, en un principio débil, que requirió una constante revisión para hacer frente a las demandas del sector y los objetivos de la Ley.

Este trabajo tiene como meta indagar en qué medida la política llevada adelante por la ex AFSCA, particularmente el FOMECA, aportó al desarrollo y fortalecimiento de las voces del sector sin fines de lucro. En qué medida cumplió sus objetivos de acompañar la lucha del sector, realizar un aporte al desarrollo de su estructura, su sostenibilidad y su consolidación como un actor fuerte en el mapa de medios nacional. Asimismo, a partir de la hipótesis planteada, nos proponemos comprender si el FOMECA fue una política fundamental que aportó a la garantía de las propias condiciones de reproducción de los medios del sector, para fomentar el pluralismo y la diversidad en los medios de nuestro país, con el fin de democratizar la palabra.

Para ello, avanzaremos en primer lugar en describir el marco teórico que nos permitirá analizar y comprender las definiciones desde las que parte el FOMECA como política pública y qué debates -teóricos, económicos y políticos- cristaliza. El marco teórico se encuadra en elementos de la sociopolítica de las comunicaciones, la economía política de la comunicación y la cultura y el derecho a la información apelando a conceptos clave como diversidad, pluralismo, acceso, participación y concentración. En ese sentido, partimos de la pregunta *por qué defender la libertad de expresión* para comprender luego el rol que debe cumplir el Estado en la defensa de ese derecho, limitando la concentración monopólica de la propiedad de los medios y fortaleciendo la construcción plural y diversa de las representaciones socializadas por los mismos, a través del diseño de una política nacional de comunicación que tenga como meta la democratización de la comunicación, sobre todo a partir de la incorporación de voces diversas y plurales que entiendan a la comunicación como derecho y no como un negocio.

Luego, realizaremos una historización de las políticas públicas de comunicación en la Argentina, desde la última dictadura cívico-militar a partir de 1976 hasta las llevadas adelante por Cristina Fernández hasta 2015, pasando por la década alfonsinista, el menemismo de los ‘90, la breve Alianza y las continuidades y primeras rupturas realizadas por Néstor Kirchner de 2003 a 2007. Este recorrido se realizará con el objetivo de pensar cómo se ha fomentado o se ha perjudicado explícitamente una diversidad de voces en los medios y qué *racionalidades* han sustentado cada uno de los proyectos políticos y comunicacionales que se cristalizaron en distintos momentos y coyunturas. Analizaremos, en esa dirección, cuáles

fueron las políticas de comunicación desplegadas en cada etapa histórica y, a su vez, cómo se fue desarrollando el sistema de medios alternativos, comunitarios y populares, en respuesta o contraposición a esas políticas públicas. Se analizará qué implicó pensar la comunicación desde una mirada de los Derechos Humanos a partir de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, para pensar cómo se tradujo el interés por la desmonopolización, la garantía de la diversidad y el pluralismo en políticas públicas concretas, fundamentalmente el Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual. Esto tiene la intención de ofrecer una contextualización para pensar específicamente el estado del sector sin fines de lucro previo a la sanción de la LSCA y cómo el FOMECA aportó a su desarrollo y fortalecimiento.

Realizaremos un análisis profundo de la implementación de esta política desde el comienzo de su aplicación a mediados del 2013, hasta el cambio de gobierno en 2015. Las razones de este recorte temporal tienen que ver con una cuestión de extensión, y con el hecho de haber identificado dos racionalidades completamente opuestas en cuanto a la concepción de la comunicación y el fomento al pluralismo por parte del Estado bajo las dos administraciones desde que se desarrolla esta política. De todos modos, por las razones expuestas, no profundizaremos demasiado sobre la gestión del ENACOM con respecto al FOMECA post 2015, que quedará pendiente para próximas investigaciones. En cuanto al período bajo análisis, observaremos el diseño del FOMECA por parte de la DPE para identificar el espíritu que orientó a esta política y pensar en qué medida fue respetado en su implementación, para lo cual profundizaremos en cada convocatoria particular, sus características específicas en términos de a qué sujetxs beneficiaron, qué lenguajes y tipos de medios subsidiaron, y en qué medida respondieron a las realidades y necesidades del sector social y comunitario de la comunicación. Para esto contamos con bases de datos internas de la ex AFSCA a las que logramos acceder a partir de ex y actuales trabajadorxs de ese organismo, hoy devenido en el ENACOM, y entrevistas a distintxs actorxs del campo en cuestión. Es necesario aclarar que esas bases contienen datos difícilmente corroborables, inconsistencias entre unas y otras, y muchas veces falta de información, todo esto producto de una cierta precariedad con la que fue organizada la gestión de la aplicación de estos subsidios por parte del Estado, que será abordada como una de las problemáticas a atender en el futuro. La falta de organización y sistematización de toda esa información, muchas veces proporcionada por las propias organizaciones y no corroborada por el Estado, es sin dudas una deuda pendiente que intentaremos subsanar en la medida de nuestras posibilidades, pero que nos obliga a la aclaración sobre la posibilidad de que algunos datos puedan ser revisados. De todas maneras, más allá de alguna falta de precisión en los números, consideramos que los resultados de la presente investigación pueden ser tomados como una referencia fiable sobre el estado de situación del sector y los logros de la aplicación del FOMECA.

En un contexto de cambio de Gobierno y un evidente retroceso para el campo de la comunicación, en general, y el sector social y comunitario, en particular, se vuelve fundamental comprender el estado actual en el que se encuentran los medios de comunicación sin fines de lucro y su fortaleza para enfrentar la embestida de los grupos concentrados de la comunicación que volvieron para recuperar las posiciones perdidas. En tanto estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación pero, también, como trabajadorxs despedidxs de la ex AFSCA y militantes populares, consideramos fundamental evaluar los alcances de la política pública, sus errores y sus logros, con el objetivo de entender con mayor profundidad los desafíos del momento para el sector social y comunitario de la comunicación, las condiciones con las que cuentan en el marco de la transformación brutal del contexto político y la racionalidad del Estado, los desafíos del campo popular para defender los derechos conquistados y ofrecer, a futuro, una propuesta que avance en los objetivos que aún no se han podido cumplir. La batalla por la democratización de la palabra se encuentra, hoy en día en nuestro país, en un momento tan difícil como fundamental en el cual la capacidad de todo el sector social y comunitario de la comunicación para resistir en la preservación de los derechos conquistados será determinante para no tener que volver a empezar de cero cuando la coyuntura política sea más favorable. Esperamos que los aportes construidos por esta investigación puedan constituirse en herramientas útiles para todxs aquellxs que sigan defendiendo la diversidad de voces en nuestro país como un camino ineludible para la profundización de nuestra democracia.

Capítulo 1. Legislación para la pluralidad

Marco teórico.

La lucha por la sanción de una ley que regule los servicios de comunicación audiovisual desde una perspectiva antimonopólica y plural, luego de décadas de supremacía de un ecosistema mediático signado por el fin de lucro y la concentración, está enmarcada en una batalla histórica, que excede incluso los límites de nuestro país y que es parte de los desafíos de las jóvenes democracias de nuestra región. En América Latina, este debate adquiere centralidad, sobre todo en la última década, ya que constituye un aspecto significativo de una disputa mucho más amplia por la gobernabilidad democrática (Loreti y Lozano, 2014).

Muchos años de gobiernos de facto fueron la causa de que las democracias recuperadas de los ochenta pusieran el foco en limitar las injerencias del Estado sobre el derecho de las personas a expresarse. Esta concepción, propia de una agenda clásica de la comunicación (Loreti y Lozano, op. cit.), sin embargo tuvo consecuencias graves para nuestro país y la región. La protección de las personas frente al autoritarismo del Estado también permitió -no por simple ausencia ni error- la constitución de monopolios de información y entretenimiento, que generaron condiciones tan regresivas para la garantía de la libertad de expresión como las que se intentaba mitigar. El rol del Estado como mero distribuidor de licencias, sumado a las políticas de privatización de los servicios –no sólo– de comunicación en los años noventa, dieron origen a la constitución de monopolios y a la concepción de la comunicación como una mercancía más para comprar y vender en un mercado desregulado.

La deriva privatista e injusta de los noventa requirió entonces, en la última década, una revisión de sus políticas públicas por sus consecuencias más negativas. Los organismos internacionales ya habían planteado, fundamentalmente a fines de los años setenta, la necesidad y la obligación de los Estados de tener un papel activo y de diseñar políticas públicas que apunten a construir sistemas de medios que protejan la libertad de expresión y el derecho individual y colectivo a comunicar, entendiéndolos como derechos humanos fundamentales. Este proceso de debate comenzó en el ámbito internacional, de manera incipiente, a partir de la publicación en 1980 del informe de la UNESCO *Un sólo mundo, voces múltiples*, conocido como el Informe MacBride, y fue simultáneo a transformaciones del contexto político como la constitución de megacorporaciones y cadenas de medios globalizadas; el desarrollo de las telecomunicaciones; la consolidación de foros internacionales como las Relatorías de Libertad de Expresión de la ONU -entre otras- que reconocen la diversidad cultural a partir de instrumentos de derechos humanos y, como

contracara de esto, el fortalecimiento de la regulación de las industrias culturales desde el paradigma del libre comercio (Loreti y Lozano, op.cit.).

En América Latina, esos factores confluyeron a su vez con el surgimiento de movimientos y gobiernos progresistas a principios del siglo XXI, que se enfrentaron directamente a los conglomerados mediáticos, los cuales en muchos casos defendieron -y hasta integraron- movimientos desestabilizadores del Estado de derecho. En nuestro país, estos conglomerados son la iniciativa de empresarios que se han beneficiado con el vaciamiento del Estado; que han invertido en ellos dinero de dudosa procedencia; que se han hecho de ellos con dudosa legalidad[2] o que tienen intereses en otros mercados y usan la información como publicidad en pos de beneficiar sus negocios. Muchas veces actúan también como actores políticos que determinan candidaturas y presidencias o que condicionan a las autoridades electas por el voto popular porque eso es lo que les permite perpetuarse en el ejercicio de su poder y sus intereses económicos. En ese marco, regular el ecosistema existente e incorporar nuevas voces al mapa de medios, desde una perspectiva de la comunicación en tanto derecho humano, se volvió una tarea fundamental de los Estados para ponerle un límite al autoritarismo comercial y significó poner en tela de juicio décadas de sistemas de medios privatistas y tendientes, cada vez más, a la concentración y centralización.

El papel dominante y hegemónico de los medios tradicionales es hoy una de las principales restricciones a la libertad de expresarse dada la capacidad de esos medios para restringir el acceso de nuevos actores al sistema y para homogeneizar contenidos y líneas editoriales (De Charras, 2015). Los medios de comunicación de masas se constituyen como formas de experimentar el mundo. Aún sin reconocerse a sí mismos como los constructores de representaciones parciales que son sino como presentaciones fieles de lo real, posibilitan efectivamente el conocimiento del mundo al que las personas no pueden acceder directamente, por experiencia propia. Los medios condicionan los marcos de percepción e interpretación de esa experiencia, modifican prácticas, producen y reproducen sentidos que instalan agendas, legitiman y extienden problemáticas que terminan cristalizando -en conjunto con múltiples y complejos factores, sin relaciones mecánicas[3]- en discursos y prácticas,

[2] Secretaría de Comercio Interior, Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, Presidencia de la Nación, *Papel Prensa LA VERDAD*. Agosto de 2010.
Disponible en https://www.economia.gob.ar/basehome/pdf/papel_prensa_informe_final.pdf
Lijalad, Ari. *Así robaron Papel Prensa*. Investigación, Portal Nuestras Voces, 2 de noviembre de 2016.
Disponible en http://www.nuestrasvoces.com.ar/investigaciones/asi-robaron-papel-prensa/

[3] "Los estudios sobre los efectos sociales de los medios se inician con el siglo XX en los Estados Unidos, focalizando naturalmente en la prensa masiva de su democracia liberal. En la década de los '20 un modelo lineal de la comunicación respalda la teoría de la aguja hipodérmica que afirma el efecto de "inoculación" inmediato del contenido de las noticias sobre el comportamiento social. Luego de diversos ensayos, y virando del behaviorismo al cognitivismo, los estudios explican en los '60 el papel de la información mediática en el conocimiento del mundo y advierten que los medios 'son eficaces' a la hora de indicar a las personas sobre qué temas pensar y cómo pensarlos. La sociedad de masas deja paso a la sociedad expresada en su opinión pública. Y por el estudio del efecto de agenda 'el rol de los

reclamos o hasta incluso apoyos públicos y resultados electorales. Los medios son mediadores entre la experiencia subjetiva y social y lo real, son constructores de sentidos e información, no sus meros transmisores (Martini, 2015). Esa capacidad, concentrada en manos de pocos actores, limita seriamente el derecho de las personas y de la sociedad en su conjunto a obtener la mayor variedad de opiniones, visiones e informaciones posibles para tomar sus propias decisiones. Es en ese sentido que:

> *impedir que los fabulosos beneficios económicos del desguace del Estado, concentrados en pocas manos, en asociación con los sectores políticos que condujeron aquel proceso y con poderes ocultos, incomuniquen al país, lo priven de los ojos, los oídos y la palabra y los aturdan con su propia única voz, es una tarea democrática de primer orden (Loreti y Lozano, 2014, p. 13).*

Es fundamental entender el desarrollo de los sistemas de medios teniendo en cuenta estas condiciones constitutivas, para evitar cualquier abordaje deshistorizado y, por lo tanto, parcial y distorsionado. No puede comprenderse la disputa por una legislación antimonopólica y para la pluralidad sin entender el rol que tienen los medios pero, sobre todo, el papel que vienen jugando sus propietarixs en las democracias de nuestra región y, particularmente, de nuestro país.

Por otro lado, también es fundamental comprender que la limitación del poder de lxs actorxs dominantes con legislaciones que regulen la propiedad de los medios, que reduzcan cantidades de licencias posibles e incorporen nuevxs actorxs al sistema, son imprescindibles pero no suficientes para construir un ecosistema de medios diverso y plural. Tampoco es suficiente con el –fundamental- reconocimiento por parte del Estado de esxs nuevxs actorxs como legítimxs y legales con políticas destinadas a fomentar la producción de contenidos. Es preciso diseñar una política pública integral que permita a lxs nuevxs actorxs asegurarse sus propias condiciones de fortalecimiento y reproducción (De Charras, 2014).

En ese mismo sentido, para poder comprender en qué medida fue el FOMECA una política fundamental que les permitió a los medios del sector sin fines de lucro garantizar sus propias condiciones de reproducción, para fomentar el pluralismo y la diversidad en los medios de nuestro país, con el fin de democratizar la palabra, es necesario primero aportar mayor claridad a lo ya expuesto, respecto de algunas definiciones desde las que parte esta política pública y el debate que cristaliza. Es primordial partir de la pregunta *por qué defender la libertad de expresión* para comprender luego el rol que debe cumplir el Estado en la defensa de ese derecho, limitando la concentración monopólica de la propiedad de los medios y

---

medios de comunicación, actores políticos y sociales por excelencia, se ha puesto en el centro de la discusión." Martini, Stella (2015). *La construcción de la agenda de los medios. Efecto agendasetting en los medios argentinos en el período 2003/2015.* Revista Voces en el Fénix, año 6, número 49, Octubre 2015.

fortaleciendo la construcción plural y diversa de las representaciones socializadas por los mismos, a través del diseño de una política nacional de comunicación que tenga como meta la democratización de la comunicación.

1.1. La libertad de expresión y el derecho humano a comunicar

Si se realiza un análisis histórico de la concepción de la información y el papel del Estado en relación a la misma, se puede afirmar que se pasó de una etapa de "cuasi monopolio" del Estado monárquico otorgando licencias reales a titulares allegadxs al poder en el siglo XVII, a una etapa "empresarista" luego de las "revoluciones burguesas" de fines del siglo XVIII, caracterizada por el reclamo por la libertad de prensa en un nuevo Estado Moderno. Luego, en el siglo XX, producto de una reflexión sobre el rol social y político de la práctica informativa, la etapa empresarista entra en crisis para dar lugar a una llamada "profesionalista", que considera a la práctica periodística como una actividad de mediación pública. Esta etapa será la antesala de una nueva en la que se considerará a la información como un derecho humano (Loreti y Lozano, 2014).

La etapa "universalista" se inicia en 1948 con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que reconoce en su artículo 19 el derecho a la información:

> *Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.*

Este suceso cristaliza una nueva etapa en la que la información y la comunicación dejan de ser consideradas como potestades de los Estados o de las empresas para ser consideradas como derechos humanos del público. Este hecho se traduce luego en numerosos pronunciamientos de organismos con responsabilidad supranacional que, a partir de la segunda mitad del siglo XX, los Estados comienzan a asumir -y deben asumir- como directrices de su política pública[4].

La libertad de expresión es un derecho fundamental reconocido, entre documentos básicos del Sistema Interamericano de Derechos Humanos, por la Declaración Americana sobre los Derechos y Deberes del Hombre, aprobada en la Novena Conferencia Internacional Americana en 1948[5]. Es interesante remarcar que no sólo define la libertad de expresión como un derecho de las personas sino que se expresan muy claramente cuáles son las

[4] Cabe destacar que esta nueva etapa se da en el contexto de la posguerra, a partir de la cual se afirma por primera vez que los Estados son responsables de garantizar los derechos humanos.

[5] Artículo IV de la Declaración Americana sobre los Derechos y Deberes del Hombre: "Toda persona tiene derecho a la libertad de investigación, de opinión y de expresión y difusión del pensamiento por cualquier medio". Aprobada por la Novena Conferencia Internacional Americana en Bogotá, Colombia en 1948.

responsabilidades de los Estados en la protección de todos los derechos fundamentales que esta declaración enumera, en conjunto con la obligación de seguir las directrices de instrumentos supranacionales que definen sus objetivos principales. La protección de esos derechos se declara como una condición fundamental para el desarrollo humano en todos sus aspectos. En ese sentido, el cuerpo de principios y reglas del derecho americano de los derechos humanos no solo fija lo que los Estados no deben hacer sino también sus obligaciones para garantizarlos. En sus considerando, esta declaración afirma:

- *Que los pueblos americanos han dignificado la persona humana y que sus constituciones nacionales reconocen que las instituciones jurídicas y políticas, rectoras de la vida en sociedad, tienen como fin principal la protección de los derechos esenciales del hombre y la creación de circunstancias que le permitan progresar espiritual y materialmente y alcanzar la felicidad;*
- *Que, en repetidas ocasiones, los Estados americanos han reconocido que los derechos esenciales del hombre no nacen del hecho de ser nacional de determinado Estado sino que tienen como fundamento los atributos de la persona humana;*
- *Que la protección internacional de los derechos del hombre debe ser guía principalísima del derecho americano en evolución;*
- *Que la consagración americana de los derechos esenciales del hombre unida a las garantías ofrecidas por el régimen interno de los Estados, establece el sistema inicial de protección que los Estados americanos consideran adecuado a las actuales circunstancias sociales y jurídicas, no sin reconocer que deberán fortalecerlo cada vez más en el campo internacional, a medida que esas circunstancias vayan siendo más propicias.*

En este mismo sentido, otro de los documentos básicos es el de la CADH, firmado en San José de Costa Rica el 22 de noviembre de 1969, en tanto representa el marco legal al que se encuentran sujetos los Estados Miembros de la OEA. Su artículo 13, “Libertad de Pensamiento y de Expresión” declara:

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar: a. el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o b. la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

3. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

4. Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.

5. Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.

Puede notarse en este último punto del artículo cómo se reconoce la capacidad de los Estados de limitar el derecho a la libertad de expresión por vías más amplias que la mera censura directa. Esto supone, a su vez, la base sobre la que se señalarán las posibilidades de los Estados para la promoción de dicho derecho a través de todos esos mecanismos mencionados y otros.

La Corte IDH, a través de la Opinión Consultiva 5/85, reconoce el derecho a la libertad de expresión en sus dimensiones individual y social y plantea que este derecho no es meramente declarativo. No está limitado sólo al reconocimiento teórico sino que su cumplimiento debe ser efectivizado en políticas públicas que garanticen el acceso a los medios de comunicación. En este sentido, afirma:

31. En su dimensión individual, la libertad de expresión no se agota en el reconocimiento teórico del derecho a hablar o escribir, sino que comprende además, inseparablemente, el derecho a utilizar cualquier medio apropiado para difundir el pensamiento y hacerlo llegar al mayor número de destinatarios. Cuando la Convención proclama que la libertad de pensamiento y expresión comprende el derecho de difundir informaciones e ideas "por cualquier... procedimiento", está subrayando que la expresión y la difusión del pensamiento y de la información son indivisibles, de modo que una restricción de las posibilidades de divulgación representa directamente, y en la misma medida, un límite al derecho de expresarse libremente. De allí la importancia del régimen legal aplicable a la prensa y al status de quienes se dediquen profesionalmente a ella.

32. En su dimensión social la libertad de expresión es un medio para el intercambio de ideas e informaciones y para la comunicación masiva entre los seres humanos. Así como comprende el derecho de cada uno a tratar de comunicar a los otros sus

propios puntos de vista implica también el derecho de todos a conocer opiniones y noticias. Para el ciudadano común tiene tanta importancia el conocimiento de la opinión ajena o de la información de que disponen otros como el derecho a difundir la propia.

33. Las dos dimensiones mencionadas (supra 30) de la libertad de expresión deben ser garantizadas simultáneamente. No sería lícito invocar el derecho de la sociedad a estar informada verazmente para fundamentar un régimen de censura previa supuestamente destinado a eliminar las informaciones que serían falsas a criterio del censor. Como tampoco sería admisible que, sobre la base del derecho a difundir informaciones e ideas, se constituyeran monopolios públicos o privados sobre los medios de comunicación para intentar moldear la opinión pública según un solo punto de vista.

34. Así, si en principio la libertad de expresión requiere que los medios de comunicación social estén virtualmente abiertos a todos sin discriminación, o, más exactamente, que no haya individuos o grupos que, a priori, estén excluidos del acceso a tales medios, exige igualmente ciertas condiciones respecto de éstos, de manera que, en la práctica, sean verdaderos instrumentos de esa libertad y no vehículos para restringirla. Son los medios de comunicación social los que sirven para materializar el ejercicio de la libertad de expresión, de tal modo que sus condiciones de funcionamiento deben adecuarse a los requerimientos de esa libertad. Para ello es indispensable, inter alia, la pluralidad de medios, la prohibición de todo monopolio respecto de ellos, cualquiera sea la forma que pretenda adoptar, y la garantía de protección a la libertad e independencia de los periodistas.

Según este documento, el acceso a los medios de comunicación debe ser igualitario y sin discriminaciones, para que estos sean una herramienta para la libertad de expresión y no un límite. Es por esta razón que los Estados deben poner en juego herramientas concretas, como marcos legales o políticas públicas, para hacer efectivo su ejercicio.

En el año 2000, en Washington DC, se promueve la Declaración de Principios de Libertad de Expresión por parte de la CIDH. En ella, se afirma que la libertad de expresión es condición necesaria para la consolidación y el desarrollo de la democracia, ya que mediante ella lxs ciudadanxs podrían ejercer su derecho a recibir, difundir y buscar información sin ningún tipo de discriminación (social, política, económica o cultural). Así lo afirma su primer artículo:

1. La libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Es, además, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática.

Más adelante la declaración incorpora, en sus artículos 12 y 13, la visión sobre los peligros que representan para la libertad de expresión la concentración de medios de comunicación y su tendencia a la constitución de monopolios y/u oligopolios, así como también una mala implementación de acciones indirectas por parte de los Estados. Además de identificar estas cuestiones, los siguientes artículos de la declaración especifican cómo deberían proceder los Estados para evitar dichas lesiones al derecho a comunicar:

> *12. Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos.*
>
> *13. La utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública; la concesión de prebendas arancelarias; la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial y créditos oficiales; el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión, entre otros, con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atenta contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley. Los medios de comunicación social tienen derecho a realizar su labor en forma independiente. Presiones directas o indirectas dirigidas a silenciar la labor informativa de los comunicadores sociales son incompatibles con la libertad de expresión.*

Para esta declaración el Estado no debe ser opresor ni un límite para el cumplimiento efectivo del derecho a la libertad de expresión pero si una herramienta que lo proteja.

En 1999, se reunieron por primera vez los Relatores de Libertad de Expresión de todos los sistemas de protección de derechos humanos: el Relator Especial de la ONU para la Libertad de Opinión y Expresión, Abid Hussain; el Representante de la OSCE para la Libertad de los Medios de Comunicación, Freimut Duve y el Relator Especial de la OEA para la Libertad de Expresión, Santiago A. Cantón. A partir de ese encuentro, publicaron una declaración conjunta que alertó sobre el estado preocupante de la garantía de la libertad de expresión:

> *Ciertos Estados continúan ejerciendo y permitiendo en sus respectivos países presiones inaceptables sobre los medios de comunicación. El grado de hostigamiento quizás sea diferente, pero el propósito general es el mismo: represión del pluralismo y del debate abierto sobre temas de interés para los ciudadanos* (Hussain, Duve, Cantón, 1999).

Desde esta primera reunión de 1999, las sucesivas declaraciones conjuntas de lxs relatorxs y representantes para la libertad de expresión de las distintas organizaciones de Estados de los distintos continentes se constituyeron en una referencia insoslayable a nivel internacional sobre la concepción y los alcances del derecho a la libertad de expresión, así como también sobre las obligaciones, responsabilidades y limitaciones de lxs distintxs actorxs implicadxs, fundamentalmente los Estados. Al agrupar a lxs máximxs y más específicxs referentes de la materia de los máximos organismos supranacionales, pueden tomarse estas declaraciones como las manifestaciones de mayor alcance teórico/político aceptadas por la comunidad internacional. Estas declaraciones abordan múltiples aspectos sobre el derecho a la libertad de expresión, y aquí recuperaremos algunos de los que consideramos fundamentales en cuanto al rol que deben cumplir los Estados en su defensa y promoción.

En la declaración de 2009 se señala explícitamente la responsabilidad central del Estado en la creación y garantización de las condiciones necesarias para la existencia de un mapa mediático diverso que posibilite un sano ejercicio del derecho a la libertad de expresión:

> *Los Estados deben implementar diversas medidas (…) con el objeto de crear un entorno propicio para la proliferación de medios de comunicación pluralistas. Estas medidas deben incluir, entre otras, el requisito de transparencia acerca de la propiedad de los medios de comunicación, el otorgamiento de licencias a distintos tipos de emisoras a fin de promover la diversidad, la creación de normas destinadas a prevenir la concentración indebida de la propiedad de los medios de comunicación, y la adopción de medidas para promover la diversidad de contenido* (LaRue, Haraszti, Botero, Pansy Tlakula, 2009).

Puede notarse la concepción positiva con la que se mira y se reclama la intervención Estatal, que excede claramente el abstenerse de censurar opiniones y manifestaciones particulares, e incluye un rol activo en cuanto a la promoción y fomento de las condiciones para el ejercicio de la libertad de expresión. También en ese sentido, en la declaración de 2012 sobre delitos contra la libertad de expresión, lxs relatorxs plantean la obligación de los Estados de incluir estas cuestiones en sus marcos legales:

> *Los Estados deberían reflejar claramente en sus sistemas jurídicos y sus prácticas, como se señala a continuación, que los delitos contra la libertad de expresión revisten especial gravedad, puesto que representan un ataque directo contra todos los derechos fundamentales* (LaRue, Haraszti, Botero, Pansy Tlakula, 2012).

La declaración del 2010 es particularmente interesante en tanto desarrolla un estado de situación general, marcando las limitaciones y problemas fundamentales para el pleno ejercicio del derecho a la libertad de expresión en muchos países del mundo así como también los desafíos para superarlos, en los que puede leerse implícita y explícitamente la

responsabilidad de los Estados para alcanzar esos objetivos. De hecho, lxs autorxs titularon la declaración como *"Declaración Conjunta del Décimo Aniversario: diez desafíos claves para la libertad de expresión en la próxima década"*, y algunos de sus puntos principales para los objetivos del presente trabajo expresan lo siguiente:

5. <u>Discriminación en el derecho a la libertad de expresión:</u>

La igualdad en el ejercicio del derecho a la libertad de expresión continúa siendo la excepción, en tanto los grupos históricamente menos favorecidos - como mujeres, minorías, refugiados, personas indígenas y minorías sexuales - aún luchan para que se tengan en cuenta sus opiniones y para poder acceder a la información que les concierne. Las cuestiones más preocupantes son:

a) *Los obstáculos a la creación de medios de comunicación por grupos históricamente menos favorecidos.*
b) *El uso indebido de leyes sobre expresiones que instigan el odio para impedir que grupos históricamente menos favorecidos participen en debates genuinos sobre sus problemas e inquietudes.*
c) *La ausencia de medidas de autorregulación adecuadas para abordar:*
    I. *La reducida porción de miembros de los grupos históricamente menos favorecidos entre los trabajadores de los principales medios de comunicación, incluidos los medios públicos.*
    II. *La cobertura insuficiente por parte de medios de comunicación y otras organizaciones de temas relevantes para los grupos históricamente menos favorecidos.*
    III. *La difusión masiva de información estereotipada o peyorativa respecto de grupos históricamente menos favorecidos.*

6. <u>Presiones económicas</u>

Existen distintas presiones comerciales que amenazan la capacidad de los medios de comunicación de difundir contenidos de interés público, que usualmente son costosos de producir. Las cuestiones más preocupantes son:

a) *La creciente concentración de la propiedad de los medios de comunicación, con posibles y preocupantes graves consecuencias para la diversidad de contenidos.*
b) *La fractura del mercado publicitario, y otras presiones comerciales que se traducen en la adopción de medidas de reducción de costos, como menor proporción de contenido local, entretenimiento de bajo nivel intelectual, y reducción del periodismo de investigación.*
c) *El riesgo de que la transición a las frecuencias digitales sean absorbidos en gran parte por los medios existentes y de que otros usos, como las*

telecomunicaciones, operen en detrimento de una mayor diversidad y acceso, y de los medios de interés público.

7. <u>Apoyo a emisoras públicas y comunitarias</u>

Las emisoras públicas y comunitarias pueden desempeñar un rol sumamente importante al ofrecer una programación de interés público y complementar el contenido ofrecido por las emisoras comerciales. De este modo pueden contribuir a la diversidad y responder a la necesidad de información del público. Sin embargo, ambas enfrentan obstáculos. Las cuestiones más preocupantes son:

a) *Los obstáculos cada vez más frecuentes al financiamiento público de las emisoras públicas.*
b) *La existencia de numerosos medios públicos que no tienen una misión pública claramente definida.*
c) *La falta de reconocimiento legal específico para el sector de las emisoras comunitarias sobre la base de criterios adecuados para dicho sector.*
d) *La decisión de no reservar frecuencias suficientes para las emisoras comunitarias ni crear mecanismos adecuados de financiamiento* (LaRue, Haraszti, Botero, Pansy Tlakula, 2010)*.*

Puede notarse aquí cómo lxs relatorxs identifican la discriminación y el acceso desigual a la posibilidad de emitir y recibir informaciones e ideas como la principal limitación al pleno ejercicio del derecho a la libertad de expresión; cómo identifican en el choque entre intereses económicos privados y el interés público y general una causa fundamental de ese acceso desigual; y cómo plantean una alternativa mediante el fomento de medios públicos y comunitarios que puedan contemplar las necesidades específicas de un espectro mucho más amplio de la población. Y, al mismo tiempo y como eje transversal a estas cuestiones, puede leerse que el instrumento que identifican lxs relatorxs para equilibrar esta situación es el Estado, ya que es el único que tiene la potestad de implementar las medidas que se mencionan, como cambios legislativos y regulatorios, la asignación de frecuencias, el reconocimiento jurídico de los medios comunitarios y su fomento a través de mecanismos de financiamiento público, y las limitaciones a las emisoras privadas para evitar altos niveles de concentración.

En esa misma dirección, la declaración del 2014 sobre *"Universalidad y el derecho a la libertad de expresión"*, luego de sus considerandos, tiene un extenso primer punto titulado "Recomendaciones a los Estados", en el que se destaca el primer apartado:

Los Estados deberían adoptar medidas positivas para asegurar el ejercicio efectivo y sin discriminación por todas las personas y grupos de la sociedad de su derecho a la libertad de expresión. Si bien las medidas concretas que resulten necesarias dependerán de cada Estado, se deberían considerar las siguientes:

I. *Fortalecer la obligación de los medios públicos de radiodifusión de responder a las necesidades de información y expresión de distintos individuos y grupos de la sociedad, así como promover el entendimiento y la tolerancia en la sociedad.*
II. *Crear y habilitar un marco jurídico para medios de comunicación comunitarios a fin de que, entre otras cosas, puedan responder a las necesidades de comunicación y expresión de distintos individuos y grupos.*
III. *Brindar asistencia, ya sea financiera o reglamentaria, a medios de comunicación o contenidos de medios - por ejemplo, en ciertos formatos o idiomas - que atiendan a la necesidad de recibir información y manifestarse de distintos individuos y grupos.*
IV. *En general, adoptar un marco legal y regulatorio que promueva los derechos de distintas personas y grupos al acceso y uso de medios y tecnologías digitales para difundir sus propios contenidos y recibir contenidos relevantes producidos por terceros* (LaRue, Haraszti, Botero, Pansy Tlakula, 2014).

Aquí queda explicitado el rol que el Estado debe jugar en la promoción y fomento de un mapa mediático diverso y pluralista (conceptos que serán abordados en el próximo apartado) como forma de garantizar el derecho a la libertad de expresión de todxs los ciudadanxs. Y también que la defensa y garantía de dicho derecho es una responsabilidad y una obligación explícita de los Estados.

A esta concepción aporta también la última declaración, adoptada por lxs relatorxs en 2017 (lo cual expresa la vigencia y la importancia del debate sobre el rol del Estado en esta materia), que especifica cómo deberían los Estados construir un contexto propicio para el ejercicio de la libertad de expresión. El siguiente punto de dicha declaración podría tomarse como una síntesis sobre las responsabilidades que el debate internacional le asigna a los Estados y que venimos analizando:

3. <u>Entorno propicio para la libertad de expresión:</u>

a. *Los Estados tienen la obligación positiva de promover un entorno de comunicaciones libre, independiente y diverso, incluida la diversidad de medios, que constituye un medio clave para abordar la desinformación y la propaganda.*
b. *Los Estados deberían adoptar un marco regulatorio claro para las emisoras de radiodifusión, supervisado por un órgano que esté exento de injerencias o presiones políticas comerciales, que promueva la libertad, la independencia y la diversidad en el sector.*
c. *Los Estados deberían asegurar la existencia de medios de comunicación públicos sólidos, independientes, y con recursos suficientes, que operen con*

un mandato claro de favorecer el interés público general y establecer y mantener los más altos estándares periodísticos.

d. *Los Estados deberían adoptar otras medidas para promover la diversidad en los medios de comunicación que podrán consistir, según lo amerite la situación, en algunas de las siguientes, o todas:*
   I. *Brindar subsidios u otras formas de asistencia financiera o técnica para la producción de contenidos de medios con diversidad y calidad;*
   II. *Normas que prohíban la concentración indebida de la propiedad de los medios de comunicación; y*
   III. *Normas que exijan la transparencia por parte de los medios de comunicación con respecto a sus estructuras de propiedad.*

e. *Los Estados deberían adoptar medidas para promover la alfabetización digital y mediática (…) incluyendo a la sociedad civil y otras partes interesadas para la concienciación sobre estas cuestiones.*

f. *Los Estados deberían considerar otras medidas para fomentar la igualdad, la no discriminación, la comprensión intercultural y otros valores democráticos, incluso con el objeto de abordar los efectos negativos de la desinformación y la propaganda*[6]*.*

A partir de la lectura de estos instrumentos internacionales se puede concluir que el marco jurídico internacional y el Sistema Interamericano de Derechos Humanos tienen como objetivo la construcción de sistemas de medios que garanticen la libertad de expresión y promuevan la mayor diversidad posible, limitando tanto la intervención excesiva de los Estados como la censura empresarial. Se plantea de manera explícita que las obligaciones de los Estados exceden ampliamente la abstención de censura y que requieren el diseño de políticas públicas que cumplan con principios de desconcentración y fomento a la pluralidad. Y se afirma también que, si bien la libertad de expresión no es una concesión de los Estados sino un derecho fundamental, es su deber protegerla y garantizarla para todxs lxs ciudadanxs.

En los siguientes apartados analizaremos los conceptos de concentración, diversidad y pluralismo para entender cómo debería ser un mapa de medios de comunicación y las políticas públicas que deberían tender a su (de)construcción, y evaluar en qué medida estaba enmarcado el FOMECA en los requerimientos de la jurisprudencia internacional y los objetivos de sus documentos básicos.

[6] *Declaración Conjunta Sobre Libertad De Expresión Y "Noticias Falsas" ("Fake News"), Desinformación Y Propaganda*. 2017. Disponible en http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&lID=2

1.2. Pluralidad, pluralismo y diversidad: medios y democracia

Para Juan Carlos Miguel de Bustos (2004), la pluralidad implica todos los factores que caracterizan a una sociedad determinada, la multiplicidad de opiniones, miradas, valores, actitudes y representaciones. Diferentes factores que pueden ser políticos, económicos, culturales, religiosos, étnicos, etc. La pluralidad es, según el autor, lo que caracteriza a lo social y es en su efectiva presencia y fortalecimiento que radica la constitución de una democracia.

Por otro lado, el pluralismo es un valor que busca que, en los medios de comunicación, se reflejen o representen todos esos factores diversos que caracterizan a la sociedad, es decir que asegura que dicha pluralidad esté presente y se fortalezca. Por lo tanto, sólo cuando está presente esa pluralidad en los medios de comunicación podemos hablar de pluralismo.

> *el pluralismo aplicado a los medios de comunicación audiovisual se manifiesta en la posibilidad de todo ciudadano por acceder de manera equitativa al máximo de opiniones, ideas e informaciones; el pluralismo es un valor que asegura a los ciudadanos la diversidad informativa. Esta no se refiere exclusivamente a las informaciones políticas sino a todo tipo de programas y contenidos, ya que son todos estos en su conjunto los que construyen la imagen de la sociedad que los medios devuelven a sus ciudadanos, imagen que les permitirá forjarse una opinión y asimilar determinados valores. La calidad de la democracia se medirá por la pluralidad y libertad en que se desarrolle este proceso" (Tomás Olalla, 2004, p. 01).*

Es por eso que la pluralidad es un concepto descriptivo de lo social y el pluralismo es normativo, es decir que es deseable que los medios lo alcancen y así debe establecerlo la reglamentación. En este sentido, Miguel de Bustos (2004) afirma que el pluralismo es perfectible y, por eso, debe ser fomentado para ser incrementado.

Podemos encontrar una primera distinción en torno al cómo el pluralismo expresa la diversidad o la pluralidad social a la que hace referencia. Se puede entender al pluralismo en los medios como el reflejo de lo social y a los medios como un espejo donde la sociedad debe verse reflejada. En ese sentido, los contenidos deben expresar *proporcionalmente* lo que cada factor de lo social representa "realmente", es decir, con un peso equivalente al que tienen en la vida social. Se entiende al pluralismo como la garantía del equilibrio y la semejanza entre lo que aparece en los medios y la realidad social existente.

Por otro lado, se puede entender al pluralismo no como proporcionalidad o equilibrio sino como *paridad*. En estos casos, los medios de comunicación deben basarse en la idea de *paris conditio*, es decir, de situación paritaria, a partir de la cual los factores que caracterizan lo social deben aparecer en los medios en igualdad de condiciones. El pluralismo entendido

de esta manera implica que los contenidos deben expresar igualitariamente la voz de *todxs* lxs actorxs sociales, sin correspondencia directa con su peso institucional o electoral[7] [8].

En Cataluña, la autoridad reguladora denominada CAC elaboró una investigación en 2001 sobre el pluralismo informativo en la televisión, que partió de la concepción del pluralismo como proporción y concluyó con otras concepciones más conciliadoras. Este informe habla de los medios de comunicación como reflejo pero también como

> *un faro, una guía, una plataforma desde la cual se proyectan imágenes, deseos, formas de vida o de pensar […] Mientras la función del espejo quiere aproximar los contenidos informativos a la realidad preexistente, la función del faro más bien mira hacia el futuro: dibuja posibles líneas-fuerza de desarrollo de la vida colectiva*[9]*.*

Continuando con las diversas concepciones en torno al pluralismo, el Consejo de Europa desarrolló una definición – que incluso ha obtenido amplia aceptación internacional – que afirma que este puede ser interno o externo. En el primer caso, habría una multiplicidad de valores, puntos de vista, opiniones, informaciones expresadas hacia el interior de un medio – los medios – y se regula a partir de ciertos requisitos de contenido. En el segundo caso, en cambio, para que haya pluralismo deben existir una multiplicidad de medios expresando diversas miradas y puntos de vista. Este se regula poniendo límites a la propiedad. El pluralismo interno está vinculado al *qué se dice* en los medios de comunicación, mientras que el pluralismo externo se vincula con la pregunta *quién dice*.

Esta distinción conceptual ha dado origen –o se origina en– diferentes lógicas de regulación o de conceptualización de los problemas en torno al pluralismo en los medios. En algunos países de Europa, la mirada está puesta en la pluralidad de operadorxs, la necesidad de garantizar un escenario equilibrado para la competencia y proteger al consumidorx/espectadorx, es decir, en torno al pluralismo externo en los medios. Por el

---

[7] Estas reflexiones son parte de un estudio sobre el pluralismo informativo en la televisión elaborado por el Consejo del Audiovisual de Cataluña. Botella, Joan (2006). *El pluralismo en el audiovisual: problemática y futuro* en Cuaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), Septiembre-Diciembre 2006. N° 26.

[8] Los discursos de los medios significan siempre algo para alguien, construyen sentido y proponen modelos de identificación. Deben ser entendidos como discursos que nos interpelan, condicionando (no determinando) la construcción de nuestra identidad. Y, en tanto nos interpelan, tienen influencia sobre nuestra percepción y acción. Los medios de comunicación no son ventanas al mundo: justamente *median* la relación entre lxs sujetxs y los objetos de ese mundo. Hablan de él, lo re-presentan, le dan un sentido, siempre desde intereses particulares, valores y modos de entender específicos. Sin embargo, siempre se muestran a sí mismos como reflejos de la realidad y es ello lo que los hace poderosos. Por lo tanto, a nuestro entender, considerarlos como reflejo de lo real niega esa operación de construcción de representaciones y oculta una reproducción de las condiciones existentes. Ferguson, B. (1997) *Educación en medios de comunicación: desarrollo de una pedagogía adecuada* en los Medios de Comunicación y la representación cultural. ADIRA.

[9] Informe relativo al pluralismo informativo de los medios públicos de radio y televisión de Cataluña de 2001, p.7.

contrario, en otros países de Europa la preocupación se centra en el papel que los medios de comunicación públicos –sobre todo[10]– o privados, cumplen en torno a una pedagogía democrática de la audiencia, es decir, en torno al pluralismo interno.

Al respecto de esta discusión, en otro informe de la CAC, Peggy Valcke, siguiendo los desarrollos teóricos de Beata Klimkiewicz[11], afirma que:

> *la divergencia normativa – la asimetría, como ella la llama – no radica exclusivamente en una dicotomía entre "promercado" (medidas desreguladoras o negativas) y "corrección de mercado" (medidas reglamentarias o positivas), o una dicotomía entre los objetivos económicos y los objetivos políticos/culturales. La línea divisoria proviene de dos formas distintas de percepción y conceptualización de las redes de medios en un contexto de grandes sociedades o sistemas políticos, dando lugar a dos estándares de racionalidad distintos: uno que considera a los medios de comunicación como un sistema cada vez más políticamente autónomo y diferenciado, que juega un papel central en un proceso de globalización competitiva, y otro que percibe a los medios de comunicación como parte de un sistema democrático deliberativo[12].*

Esa divergencia se expresa también entre el Sistema Europeo de Derechos Humanos y la Unión Europea, que tradicionalmente han partido de racionalidades diferentes para interpretar el pluralismo.

En el caso de la Unión Europea, la regulación es mucho más precaria y ambigua. Si bien este organismo ha manifestado en reiteradas oportunidades su preocupación por salvaguardar el pluralismo en los medios (Parlamento Europeo 1992, 1994, 1995, 2004, 2008a, 2011), lo ha hecho vinculando al pluralismo externo con las libertades individuales de expresión y de empresa, y con la competencia económica y la conformación - y defensa - de un mercado interno de medios. Y al pluralismo interno con la diversidad cultural y política características de sus Estados miembros[13].

Pero esta divergencia no sólo se observa al interior de Europa. También está presente entre Europa y el Sistema Interamericano de Derechos Humanos, cuyos informes, declaraciones y fallos parten de una concepción del pluralismo como condición para garantizar

---

[10] Sobre todo entendiendo que estos países son aquellos que, durante mucho tiempo, adoptaron un sistema de medios con un fuerte monopolio público.

[11] Klimkiewicz, B. "Is the Clash of Rationalities Leading Nowhere? Media Pluralism in European Regulatory Policies". En: Czepek, A.; Hellwig, M.; Nowak, E. Press Freedom and Pluralism in Europe: Concepts and Conditions, Bristol: Intellect, 2009. 65-66.

[12] Valcke, Peggy. *Desafíos de la regulación del pluralismo en los medios en la Unión Europea: el potencial de la regulación basada en el riesgo* en Cuaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) 38, vol. XV (1) - junio 2012. P. 26.

[13] Para un análisis más profundo sobre esta discusión, véase Valcke, Peggy. *Desafíos de la regulación del pluralismo en los medios en la Unión Europea: el potencial de la regulación basada en el riesgo* en Cuaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) 38, vol. XV (1) - junio 2012.

el derecho humano a comunicar, señalando el peligro que significa la restricción al pluralismo externo mediante la concentración de la propiedad de los medios -sobre todo de los actores privados comerciales- y no -o no sólo- desde una perspectiva de la competencia económica[14].

En el próximo apartado, abordaremos con mayor profundidad el problema de la concentración y su relación con el pluralismo.

1.2.1. Concentración: una mirada compleja

La concentración es un proceso complejo, con múltiples aristas, interpretado de múltiples maneras y que excede ampliamente a los sistemas de medios. Un mercado se encuentra concentrado cuando, en una actividad económica determinada, un número cada vez mayor de medios de producción son propiedad de cada vez menos actorxs de ese mercado. Esa concentración le permite al capitalista aumentar el volumen de su producción, su capital, su incidencia en el valor de producción de la actividad económica y sus tasas de rentabilidad.

Este fenómeno es indisociable de la centralización económica, que implica que pocos grupos amplíen su presencia en otras actividades (a través de compras de empresas, fusiones, etc.) para expandir su control sobre los medios de producción ya existentes en una sociedad. Ambos son, según autores clásicos como Adam Smith[15] o Karl Marx[16], procesos sistemáticos y propios de la lógica de producción capitalista.

El principal peligro de la concentración es la tendencia al monopolio y al oligopolio, que implican que una sola empresa, en el primer caso, o un grupo muy reducido de ellas, en el segundo, domine el mercado y controle la producción.

No es posible encontrar una mirada unívoca al respecto pero varixs autorxs acuerdan en que pueden darse tres tipos de operaciones de concentración: horizontal (o de expansión monomedia), vertical (o integral) y lateral (o de crecimiento diagonal o conglomeral) (Loreti y Lozano, 2014; Labate, C., Lozano, L, Marino, S, Mastrini, G. y Becerra, M, 2012). La concentración horizontal consiste en que una misma empresa se expanda, a través de fusiones, compra de otras empresas o asociaciones, con el objetivo de producir una variedad de mercancías dentro del mismo mercado y acrecentar su dominio sobre él.

Por otro lado, la concentración vertical implica que se produzca una integración entre empresas de diversas actividades de la cadena productiva de las mercancías, entre las cuales no existía una relación de competencia sino de dependencia en la cadena de valor y

[14] Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Informe Anual 2004. Capítulo V: *"Violaciones indirectas a la libertad de expresión"*.
[15] Smith, Adam (1999 [1776]). *Una investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*. México, Fondo de Cultura Económica.
[16] Marx, Karl (2004 [1867, 1885, 1894]). *El capital*. Buenos Aires, Siglo XXI.

suministro. En este caso, el objetivo radica en aumentar el control de las distintas etapas de la producción y reducir costos, desde la provisión de materias primas hasta la distribución.

Por último, la concentración lateral consiste en la diversificación de la empresa por fuera de su rama de origen, con la fusión, integración o compra de empresas no relacionadas previamente. Puede darse entre empresas que no compiten entre sí pero que producen mercancías que utilizan proceso productivos o formas de comercialización similares (*product extensions mergers*); entre empresas que producen mercancías similares pero en diferentes áreas geográficas (*market extension mergers*) o entre empresas que no tienen vínculo entre sí (*pure conglomerate mergers*) (CNDC, 1996). Este tipo de concentración tiene el objetivo de reducir riesgos de innovación en la producción y la distribución y generar una relación virtuosa entre diferentes fases del proceso para potenciarse.

En el caso de los medios de comunicación, Pérez Gómez (2002) agrega que pueden darse también fenómenos de concentración multimedia y de concentración internacional. En el primer caso, una misma empresa controla distintos tipos de medios; en el segundo, la concentración trasciende las fronteras de una nación. Por otro lado, autores como Miguel de Bustos (2003) incorporan, más precisamente para hablar del mercado cultural, el concepto de concentración convergente cuando el proceso se da desde offline hacia internet, con lógicas de complementación o superposición.

Una consecuencia de los procesos de concentración es la generación de numerosos límites a la entrada de nuevxs competidorxs, a partir de la ventaja que otorga la posición del más fuerte en el mercado. Pero esa consecuencia no es solo económica (empresarial): genera enormes perjuicios para la sociedad en su conjunto. Desde la escuela crítica, se denuncia a la concentración de la propiedad como uno de los principales mecanismos del capitalismo para legitimarse. Desde la escuela pluralista, que no comparte esta crítica, se advierte, sin embargo, que la concentración tiene riesgos y se plantea la intervención del Estado como forma de control y límite (Labate, C., Lozano, L, Marino, S, Mastrini, G. y Becerra, M, 2012).

Se pueden encontrar, en contraposición a lo antes dicho, otras miradas menos críticas sobre los procesos de concentración, ligadas a concepciones liberales. Algunas afirman que los mercados con ciertas dosis de concentración fomentan la inversión, la innovación y el desarrollo económicos, a menos que se genere una posición monopólica que desestime la libre competencia. Otras aseguran que el mercado se autorregula y, por lo tanto, el Estado no debe intervenir para revertirla.

1.2.2. Los mercados de medios y la industria cultural

La concentración de la propiedad de los medios de comunicación es un proceso que se viene desarrollando desde fines del siglo XIX, con la puesta en marcha de una lógica industrial

en las grandes empresas de prensa. Se comenzaba a estructurar un modelo oligopólico, con pocxs competidorxs poderosxs repartiéndose anunciantes y consumidorxs.

Sin embargo, este fenómeno se viene profundizando en las últimas décadas debido a la globalización, la expansión de tecnologías digitales, el crecimiento de la industria de las telecomunicaciones y la liberalización del mercado, auspiciada por las políticas neoliberales expresadas en el Consenso de Washington. La promesa de la revolución tecnológica y el progreso, que se planteó como la mayor democratización en el acceso al conocimiento y a la información, fueron el telón de fondo de una disputa mayor por la hegemonía, con reconversión productiva y cultural, con la consolidación de una lógica mercantil (mundial) como principal regulador y ordenador social, lo cual favorece y alienta los procesos de concentración. Lxs empresarixs de medios encontraron, en un mundo globalizado, un mercado único de más de 3000 millones de televidentes o 300 millones de usuarixs de computadoras a quienes venderles sus mercancías. Y para expandir su influencia - económica y política - sobre él, ejercieron fuertes presiones corporativas sobre leyes y órganos de regulación a escala planetaria, en búsqueda de reformas que dieran por tierra con los límites a las fusiones, adquisiciones y conformación de conglomerados multimediales, y que consagraran a los productos culturales como simples bienes sujetos al intercambio comercial (Lazzaro, 2011). Durante 1998, las fusiones sectoriales en el mercado mundial de la cultura (comunicaciones, telecomunicaciones y computación) sumaron más de 275.000 millones de dólares, superando incluso a las operaciones del sector de Bancos y Finanzas, con 215.000 millones[17].

Los modelos de sistemas de medios originados en los años 20 a uno y otro lado del Atlántico fueron reemplazados por un modelo con Estado ausente –o presente en defensa de las corporaciones–, con grandes grupos privados y comerciales que dominan de manera oligopólica el mercado y con un circuito transnacionalizado de producción y distribución.

> *La metáfora del nuevo milenio funcionó como un lubricante conceptual del gigantesco ejercicio desregulatorio y aperturista encaminado a remover obstáculos para la concentración y realización de una gigantesca infraestructura que permitiese la ocupación territorial de audiencias internacionales […]. Esa década reconfiguró las relaciones de poder entre el Estado y el mercado, emergiendo el sector audiovisual como nuevo factor de hegemonía. Las privatizaciones transferían poder de decisión y también la capacidad de representación y de inclusión en los imaginarios sociales, poniendo en reversa los relatos previos que habían idealizado los estados-naciones"* (Lazzaro, 2011, p. 47).

[17] *Financial Times.* Suplemento Economía, Clarín. *Agosto, mes de gloria para las fusiones*, 12 de agosto de 1999.

Frente a este nuevo escenario, la defensa de la libertad de expresión, la preservación y el fomento del pluralismo y la diversidad se convirtieron en desafíos centrales. La concentración puede tener graves consecuencias en tanto puede privilegiar intereses mercantiles y comerciales por sobre el deber de informar y desde una perspectiva plural y diversa, con miradas sobre-representadas por sobre otras, cuyas voces permanecen silenciadas y ocultas. El poder de los medios de comunicación radica en el poder político de la construcción de la agenda pública, una capacidad que debe ser controlada y regulada.

1.2.3. Violaciones a la libertad de expresión: el problema de la concentración en los sistemas de derechos humanos y los instrumentos internacionales

Para la CIDH[18] existen dos tipos de violaciones a la libertad de expresión: las directas y las indirectas. Las primeras serían medidas "típicas", originadas para restringir explícitamente este derecho, que según la Corte IDH tienen lugar cuando es el Estado quien impide o condiciona la libre circulación de la información y de opiniones. Estas serían la censura previa, la coerción y la violencia física (secuestro, asesinato, persecución) a periodistas, la prohibición de publicaciones, etc[19]. Por el contrario, las segundas serían medidas de los Estados o acciones de privadxs que no fueron concebidas para violar directamente el derecho a la libertad de expresión pero terminan teniendo enormes consecuencias para la libre circulación de ideas en una sociedad. Por su parte, la Convención Americana de Derechos Humanos, ya en 1969, había afirmado esta distinción en su artículo 13.3.

La concentración en la propiedad de los medios es considerada una violación indirecta a la libertad de expresión ya que afecta seriamente el pluralismo y la diversidad en la información, condición sine qua non y requerimiento fundamental para una sociedad democrática. En este sentido, el Informe Anual de la Relatoría para la Libertad de Expresión del 2004 afirma que son los medios de comunicación los que tienen la responsabilidad de,

---

[18] Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Informe Anual 2004. Capítulo V: *"Violaciones indirectas a la libertad de expresión"*.

[19] *"En verdad no toda transgresión al artículo 13 de la Convención implica la supresión radical de la libertad de expresión, que tiene lugar cuando, por el* ***poder público*** *se establecen medios para impedir la libre circulación de información, ideas, opiniones o noticias. Ejemplos son la censura previa, el secuestro o la prohibición de publicaciones y, en general, todos aquellos procedimientos que condicionan la expresión o la difusión de información* ***al control gubernamental****".* Corte IDH, Colegiación Obligatoria de Periodistas, Opinión Consultiva OC 5/85 del 13 de noviembre de 1985, par. 54 (el resaltado es nuestro). Si bien se pueden encontrar numerosas referencias al daño que causa la constitución de monopolios u oligopolios privados al pluralismo y, por ende, a la libertad de expresión, nos resulta llamativo que se relacione la violación directa a la libertad de expresión solamente al "poder público" y "al control gubernamental". Con respecto a esto, compartimos la preocupación de Loreti y Lozano cuando afirman: *"(...) cabe cuestionar por qué existe sólo desconfianza frente al gobierno y no ante las corporaciones, que efectivamente, deciden qué vemos, qué compramos, qué leemos o escuchamos, y por qué ninguna instancia democrática logra explicar la razón por la cual este funcionamiento es más legítimo que una decisión institucional. No existe -decimos nosotros- una teoría de protección de la libertad de expresión basada en la desconfianza hacia las corporaciones"* (Loreti y Lozano, 2014, p. 37).

mediante la circulación plural y diversa de ideas, brindar la información necesaria para que lxs ciudadanxs formen sus propias opiniones y puedan compararlas con las de otrxs, lo cual tiene una vital importancia para los procesos de toma de decisiones en marcos democráticos. Al respecto, el Informe Anual (2004) señala:

> *17. Siguiendo esta tendencia, en los últimos años se ha venido interpretando que uno de los requisitos fundamentales de la libertad de expresión es la necesidad de que exista una amplia pluralidad en la información y opiniones disponibles al público. Y es por ello que el control de los medios de comunicación en forma monopólica u oligopólica, puede afectar seriamente el requisito de la pluralidad de la información. Cuando las fuentes de información están seriamente reducidas en su cantidad, como es el caso de los oligopolios, o bien existe una única fuente, como los monopolios, se limita la posibilidad de que la información que se difunda cuente con los beneficios de ser confrontada con información procedente de otros sectores, limitando de hecho, el derecho de información de toda la sociedad. La existencia de monopolios u oligopolios públicos o privados constituye de esta forma un serio obstáculo para la difusión del pensamiento propio, así como para la recepción de opiniones diferentes.*
>
> 18. *En efecto, si estos medios están controlados por un número reducido de individuos o sectores sociales, o bien por uno solo, se genera una carencia de pluralidad que impide el funcionamiento de la democracia. La democracia requiere del enfrentamiento de ideas, del debate y de la discusión. Cuando este debate es inexistente o se encuentra debilitado porque las fuentes de información son limitadas, se ataca "el pilar principal del funcionamiento democrático".*

Dicho esto, la Relatoría Especial advierte que, si bien el fenómeno de la concentración no es nuevo, lo que es novedoso es su *"incestuosa relación"* con el poder. Reconoce explícitamente el problema político de la concentración, aseverando que saber quiénes son lxs propietarixs de los medios de comunicación implica saber quiénes manejan los hilos del poder (CIDH, 2004, párr. 24). En ese mismo sentido, el Relator de la ONU para la libertad de expresión durante el período 2008-2014, Frank La Rue[20], afirmó en una entrevista a la prensa argentina:

> *La concentración del poder de medios lleva a la concentración del poder político, ya sea en ejercicio directo o no […] Siempre existe el interés de jugar de titiritero:*

[20] Frank La Rue fue suspendido de sus funciones en la UNESCO el 12 de enero de 2018 luego de haber sido denunciado por acoso sexual. https://www.publinews.gt/gt/noticias/2018/01/18/frank-la-rue-suspendido-unesco-e-investigado-acoso-sexual.html

"Yo quiero ser el que controle la vida política de un país". Y efectivamente las grandes concentraciones permiten eso[21].

Por esta razón, como se mencionó en el apartado sobre el rol del Estado, la Relatoría plantea la necesidad de la intervención directa del Estado de manera positiva –por ejemplo, a través de la administración del espectro radioeléctrico a partir de criterios plurales y democráticos– para proteger y garantizar la libertad de expresión, evitando toda censura estructural o medida que favorezca la generación de monopolios u oligopolios, desestimando cualquier vínculo de sinergia entre el poder político y los medios de comunicación concentrados. La Declaración Conjunta elaborada en el año 2001 señaló en este sentido: *"[d]eben adoptarse medidas efectivas para evitar una concentración indebida de la propiedad de los medios de comunicación"* (Hussain, Duve, Canton, 2001).

En el ámbito regional europeo, es el Convenio Europeo de Derechos Humanos el que ofrece una importante referencia en torno a la problemática de la concentración. En su punto 10.1 se expresa la posibilidad de que los Estados sometan a las empresas de radiodifusión a regímenes de autorización previa y, en su punto 10.2, concluye que la libertad de expresión no puede ser restringida por otras medidas que no sean las establecidas por ley y las necesarias para la democracia, haciendo referencia de manera implícita a los perjuicios causados por la concentración[22].

En la jurisprudencia de la Corte Europea de Derechos Humanos se entiende que sin medios de comunicación libres e independientes, el derecho de lxs ciudadanxs a expresarse y comunicarse se ve limitado. Por otro lado, es requisito de la Unión Europea que sus países miembros cumplan con determinados estándares en torno a la garantía de la libertad de expresión, como expresa el artículo F2 del Tratado de la Unión Europea, que incorpora las definiciones de la Convención Europea de Derechos Humanos:

La Unión respetará los derechos fundamentales tal y como se garantizan en el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y las Libertades

---

[21] Granovsky, Martín (2013). *La concentración de medios lleva a la concentración del poder político*, Página/12, Buenos Aires, 2 de septiembre de 2013.
Disponible en https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-228105-2013-09-02.html

[22] Artículo 10 del Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales (1950):
1. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir y de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencias de autoridades públicas y sin consideración de fronteras. El presente artículo no impide que los Estados sometan a las empresas de radiodifusión, de cinematografía, o de televisión a un régimen de autorización previa.
2. El ejercicio de estos derechos no podrá ser objeto de otras restricciones que aquellas que, previstas por la ley, constituyan medidas necesarias, en una sociedad democrática, para la seguridad nacional, la seguridad pública, la defensa del orden y la prevención del delito, la protección de la salud o de la moral, o la protección de los derechos y libertades ajenos. El presente artículo no prohíbe que se impongan restricciones legítimas al ejercicio de estos derechos para los miembros de las fuerzas armadas, de la policía o de la Administración del Estado.

Fundamentales firmado en Roma el 4 de noviembre de 1950, y tal y como resultan de las tradiciones constitucionales comunes a los Estados miembros como principios generales del Derecho Comunitario[23]*.*

Sin embargo, estos instrumentos no se refieren a la problemática de la concentración como violación indirecta de la libertad de expresión. Para cubrir este vacío legal, se adoptó en el marco de la Unión Europea la Carta Europea de Derechos Fundamentales (2000), que señaló por primera vez que la pluralidad en los medios debe respetarse, lo cual introdujo una importante pauta en la legislación regional[24], aunque con menos contundencia que en el sistema interamericano.

Por su parte, el sistema interamericano atiende con mayor preocupación el problema de la concentración. La Relatoría para la Libertad de Expresión manifestó:

es indispensable para el ejercicio de la libre expresión la pluralidad de medios y la ***prohibición de todo monopolio respecto de ellos, cualquiera sea la forma que pretenda adoptar*** (el resaltado es nuestro) *[…] en aras de dar una plena garantía al ejercicio de la libertad de expresión e información a toda la sociedad […]*[25]*.*

De igual manera, el principio 12 de la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión elaborada por la Relatoría para la Libertad de Expresión de la OEA en el año 2000 afirma:

Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto ***conspiran contra la democracia*** (el resaltado es nuestro) *al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho de la libertad de información de los ciudadanos*.

En este sentido, en las conclusiones del Informe (CIDH, 2004), se señala:

- La Relatoría reitera ***que la existencia de prácticas monopólicas y oligopólicas en la propiedad de los medios de comunicación social afecta seriamente la libertad de expresión y el derecho de información de los ciudadanos de los***

---

[23] Unión Europea (1992). *Tratado de la Unión Europea.* Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Disponible en https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_on_european_union_es.pdf

[24] En el año 2000 se firmó la Carta Europea de Derechos Fundamentales, que en su artículo 11 señala:

1. *Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencias de autoridades públicas y sin consideración de fronteras.*
2. *Se respetan la libertad de los medios de comunicación y su pluralismo.*

[25] Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2003. Volumen III. Informe de la Relatoría para la Libertad de Expresión, Anexo 7: Comunicados de Prensa, PREN/89/03: Observaciones Preliminares del Relator Especial para la Libertad de Expresión al finalizar su visita oficial a México, p. 301.

***Estados miembros**, y no son compatibles con el ejercicio del derecho a la libertad de expresión en una sociedad democrática.*

*- Las continuas denuncias recibidas por la Relatoría en relación con prácticas monopólicas y oligopólicas en la propiedad de los medios de comunicación social de la región indican que existe una **grave preocupación en distintos sectores de la sociedad civil en relación con el impacto que el fenómeno de la concentración en la propiedad de los medios de comunicación puede representar para garantizar el pluralismo** como uno de los elementos esenciales de la libertad de expresión.*

*- La Relatoría para la Libertad de Expresión **recomienda a los Estados miembros de la OEA que desarrollen medidas que impidan las prácticas monopólicas y oligopólicas en la propiedad de los medios de comunicación social, así como mecanismos efectivos para ponerlas en efecto**. Dichas medidas y mecanismos deberán ser compatibles con el marco provisto por el artículo 13 de la Convención y el principio 12 de la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión.*

*- La Relatoría para la Libertad de Expresión considera que **es importante desarrollar un marco jurídico que establezca claras directrices que planteen criterios de balance entre la eficiencia de los mercados de radiodifusión y la pluralidad de la información**. El establecimiento de mecanismos de supervisión de estas directrices será fundamental para garantizar la pluralidad de la información que se brinda a la sociedad.*

Luego de haber desarrollado los conceptos y las diferencias entre los sistemas Americano y Europeo, podemos decir que ninguno de los instrumentos internacionales, universales o regionales – salvo la Convención Americana –, hace referencia explícita a la perspectiva que entiende a la concentración como una forma indirecta de violación de la libertad de expresión y la negación del pluralismo. De hecho, no hay demasiadas precisiones sobre estos conceptos, más allá de la mención de la libertad de expresión como un derecho humano. Sin embargo, en el ámbito interamericano, existe una preocupación mayor por la problemática de la concentración de la propiedad, sobre todo privada y comercial. Problemática que tiene una profunda raíz histórica y política que dota de sentido a las múltiples demandas ante la Corte IDH por violaciones a la libertad de expresión en situaciones de concentración, y las recomendaciones de la comisión para la elaboración de políticas públicas que restrinjan los monopolios.

En ese sentido, en la actualidad, uno de los desafíos más apremiantes de los Estados de la región es regular un mercado de medios *ya* concentrado y monopolizado, lo cual implica enfrentarse directamente a factores de poder en la sociedad. Pensar políticas públicas y

legislaciones que den marcha atrás a “derechos conquistados” de los grandes conglomerados y empresarios, que presentan batalla desde su mirada del derecho de propiedad y libertad de expresión-empresa, muchas veces muy profundamente anclada en la academia y hasta en la legislación vigente. Y como se verá más adelante, esa nueva regulación no sólo tendrá que ver con una normativa que limite la propiedad de los medios sino también con una que preste atención a la diversidad de contenidos, formatos y voces.

Como afirman varixs autorxs (Loreti y Lozano, 2014; Miguel de Bustos, 2004; Tomás Olalla, 2004), el pluralismo suele ser contradictorio a los intereses del libre mercado y el afán de lucro. Para maximizar sus ganancias, lxs empresarixs de medios buscarán reducir su competencia y concentrar el mercado. Una posición dominante en él no sólo concentra poder para seleccionar información, privilegiar estéticas, miradas y contenidos, sino que incluso termina condicionando al resto de lxs actorxs del mercado –lxs que queden en pie o lxs que quieran entrar– en la competencia por la audiencia. El resultado es la homogeneización de ideas, informaciones y programas, difícil de penetrar –simbólica y económicamente–. Es por esta razón, entonces, que la concentración de la propiedad de los medios, en monopolios u oligopolios, conspiran contra la democracia: no permite que se exprese en los medios esa pluralidad que caracteriza a una sociedad democrática y no permite que se dé el enfrentamiento de ideas, el debate, la discusión, que son sus pilares básicos.

Por otro lado, otro de los desafíos de la intervención del Estado es poner en cuestión el rol que ocupan los medios de comunicación, sobre todo los concentrados, en los procesos democráticos y en la construcción de ciudadanía (Loreti y Lozano, 2014).

1.2.4. Pluralismo es más que limitar la concentración

La relación entre concentración y pluralismo no es lineal ni simple. Para lxs teóricxs pluralistas, la concentración es una variable fundamental pero no la única para analizar los niveles de pluralismo en la producción y consumo de bienes simbólicos de una sociedad y, con ello, garantizar la libertad de expresión y el derecho a comunicar. No basta con sólo regular la propiedad de los medios de comunicación, restringir su concentración y garantizar un número mayor de propietarixs para garantizar el pluralismo comunicacional: es necesario atender a otros factores como el tamaño del mercado, la estructura del sistema mediático, la diversidad de los productos, soportes y contenidos, la tendencia a la innovación, los recursos tecnológicos disponibles, entre otros. Esto implica una presencia activa del Estado en la regulación del sistema, controlando el comportamiento de lxs actorxs existentes y velando por la entrada de nuevxs competidorxs al mercado (Labate, C., Lozano, L, Marino, S, Mastrini, G. y Becerra, M, 2012).

Para explicar la complejidad de pensar el pluralismo y garantizarlo, Miguel de Bustos (2004) caracteriza a las mercancías culturales como de una doble naturaleza: por un lado

implican un aspecto económico en tanto son un producto que genera ganancias (mediante publicidad, venta de productos individuales, etc.) para distintas empresas que compiten en el mercado por la maximización de su capital. Por otro lado, implican a su vez un aspecto simbólico en tanto generan un impacto en la esfera pública. Esta doble naturaleza es raramente considerada de manera holística y se expresa en regulaciones –e instituciones y organismos– que, la mayoría de las veces, consideran estos aspectos por separado. Muchas de esas regulaciones atienden los aspectos económicos –mediante una política de desarrollo de la industria, de innovación, leyes que regulen la competencia e, incluso, limiten la concentración de propiedad– mientras otras regulan los aspectos ligados a lo simbólico –mediante porcentaje mínimo de programas de determinado origen, especificación y requisitos de contenidos, etc.–. Incluso estos últimos suelen ser regulados mediante los instrumentos que pretenden atender los aspectos económicos, lo cual implica considerarlos como directamente relacionados a los primeros. La desestimación de esta naturaleza dual de las mercancías culturales provoca regulaciones insuficientes –y muchas veces contradictorias– para representar, en los medios de comunicación, la pluralidad característica de lo social.

Para poder atender a la compleja relación entre ambos factores y diseñar una política pública que verdaderamente garantice y fomente el pluralismo, es necesario analizar todos los factores que influyen en él. Para ello, el autor propone considerar todas las dimensiones que entiende como propias del pluralismo, cuya descripción y vinculación compleja nos permite identificar en qué medida se estaría protegiendo o dañando este valor. Estas dimensiones son:

1. Tamaño del mercado
2. Número de proveedorxs
3. Número de productos
4. Grado de competencia
5. Tradición
6. Estructura de los medios
7. Contenidos

Estos factores pueden agruparse en tres grandes categorías: las económicas (puntos 1, 2, 3 y 4), las regulatorias y las de contenido. La tradición incluye aspectos autorregulatorios, el estatuto de lxs periodistas, el rol asignado socialmente a los medios de comunicación y las prácticas de consumo de las audiencias. Todos estos aspectos, junto a las reglamentaciones, leyes y prácticas institucionales constituyen la regulación. Según el autor, los elementos fundamentales del pluralismo son los económicos y los contenidos, debido a que los factores regulatorios son “metainstrumentales” en tanto son mecanismos que inciden en los demás factores (Miguel de Bustos, 2004).

Debido a que no es posible tender relaciones lineales entre los factores económicos y de contenidos, es importante avanzar en la idea de diversidad. De Charras (2015) retoma la idea de diversidad como herramienta en la búsqueda del pluralismo en tanto significa "la variabilidad massmediática (fuentes, canales, mensajes y audiencias) de acuerdo con las diferencias relevantes en la sociedad (políticas, geográficas, socioculturales, etc.)"[26]. Para garantizar el pluralismo, se debe avanzar en la diversidad de determinados factores. Desde esta perspectiva, lxs Relatorxs de Libertad de Expresión de todos los Sistemas de protección de Derechos Humanos elaboraron un documento fundamental a la hora de pensar la diversidad en la radiodifusión. Uno de los principales aportes de la Declaración para la Promoción de la Diversidad en los Medios de Comunicación[27] tiene que ver con la definición de tres tipos de diversidad: la diversidad de medios de comunicación (tipos de medios), de fuentes (propiedad de los medios) y de contenido (producto de los medios). En relación a la Diversidad de Tipos de Medios de Comunicación, uno de sus puntos señala:

> *Los diferentes tipos de medios de comunicación – comerciales, de servicio público y comunitarios – deben ser capaces de operar en, y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles. Las medidas específicas para promover la diversidad pueden incluir el reservar frecuencias adecuadas para diferentes tipos de medios, contar con must-carry rules (sobre el deber de transmisión), requerir que tanto las tecnologías de distribución como las de recepción sean complementarias y/o interoperables, inclusive a través de las fronteras nacionales, y proveer acceso no discriminatorio a servicios de ayuda, tales como guías de programación electrónica.*

Dicho esto, lxs Relatorxs plantean, en primer lugar, la necesidad de que existan diversos tipos de medios de comunicación según su finalidad comunicacional y reconoce a los medios comunitarios – o sin fines de lucro – como uno de los pilares fundamentales para garantizar el pluralismo. Y, para poder lograr su existencia, plantean la necesidad de políticas públicas concretas.

En relación a la Diversidad de Fuentes, según la Declaración, los Estados tienen que elaborar su política pública para limitar la indebida concentración de la propiedad de los medios –además del indebido control gubernamental– ya que esta amenaza la diversidad de tipos de medios y de contenidos, a la vez que permite la concentración del poder político en

[26] Definición de David McQuail. Citado en De Charras, Diego. A*puntes sobre pluralismo y diversidad en los servicios de comunicación audiovisual.* Revista Voces en el Fénix, año 6, número 49, Octubre 2015

[27] Ligabo, a, Haraszti, M, Alvarez, I, Pansy Tlakula, F (2007). *Declaración conjunta sobre diversidad en la radiodifusión*. Disponible en http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=719&lID=2

manos de lxs propietarixs de los medios o (y) las elites gobernantes. Algunos de los puntos de la declaración afirman:

> *En reconocimiento de la particular importancia que la diversidad de los medios de comunicación tiene para la democracia, para prevenir la concentración indebida de medios de comunicación o la propiedad cruzada de los mismos, ya sea horizontal o vertical, se deben adoptar medidas especiales, incluyendo leyes anti-monopólicas. Tales medidas deben implicar el cumplimiento de estrictos requisitos de transparencia sobre la propiedad de los medios de comunicación a todos los niveles. Además deben involucrar un monitoreo activo, el tomar en cuenta la concentración de la propiedad, en caso que sea aplicable, en el proceso de concesión de licencias, el reporte con antelación sobre grandes combinaciones propuestas, y la concesión de autoridad para evitar que tales combinaciones entren en vigor.*
>
> *Se debe proveer apoyo a aquellos que deseen establecer nuevos tipos de medios de comunicación, con base en criterios equitativos y objetivos aplicados en forma no discriminatoria.*

En estos se explicita no sólo la necesidad de regular para evitar la concentración sino para fomentar la entrada de nuevxs actorxs al sistema de medios, lo cual puede tener como objetivo democratizar un mercado ya concentrado, que cuenta con condiciones desiguales de desarrollo producto de esa excesiva concentración, lo que atenta contra la existencia tanto de diversos tipos de medios como de fuentes.

Por último, en torno a la Diversidad del Contenido, la Declaración propone el diseño de políticas públicas que promuevan la diversidad de contenidos, de acuerdo a los estándares internacionales. Para ello, señala la posibilidad de que los Estados provean apoyo para la producción de contenidos diversos y plurales, de acuerdo a los mismos criterios de los puntos antes mencionados. Y continúa:

> *Esto puede incluir medidas para promocionar productores de contenidos independientes, incluso solicitando a los medios públicos que adquieran una cuota mínima de su programación de dichos productores.*

1.2.5. Diversidad de Tipos de Medios de Comunicación: los sin fines de lucro

Para que pueda garantizarse la diversidad de tipos de medios, para construir un sistema de medios plural, el Estado debe desarrollar políticas públicas que permitan el acceso de todxs, en condiciones de igualdad y sin discriminación. Sobre todo atendiendo la dificultad -e imposibilidad impuesta- de los sectores históricamente excluidos de dar a conocer su voz a través de los medios masivos. Las políticas desplegadas deben velar por la incorporación de esos sectores sociales para que pueda desarrollarse un sistema de medios plural y diverso.

Para el Sistema Interamericano de Derechos Humanos, los medios comunitarios son fundamentales en nuestra región porque dan a conocer la historia y las costumbres de esos sectores y comunidades que tradicionalmente han tenido vedada su participación en la producción y circulación social de sentidos[28]. El rol social de estos tipos de medios tiene que ver con representar esa diversidad históricamente oculta en las pantallas o construida desde la estigmatización, el rechazo y la discriminación. Es por eso que los Estados deben reconocer a los medios comunitarios legalmente y deben contemplar la reserva de un porcentaje del espectro radioeléctrico para su explotación. El Informe Anual de la Relatoría Especial (2002) indicó:

> *La libertad de los individuos para debatir y criticar abiertamente las políticas y las instituciones los protege contra las violaciones a los derechos humanos. La apertura de los medios de difusión no solo promueve las libertades civiles y políticas, sino que a menudo contribuye a los derechos económicos, sociales y culturales. En algunos casos la utilización de los medios de comunicación ha ayudado a generar conciencia pública y ejercer presiones para que se adopten medidas tendientes a mejorar la calidad de vida de los sectores marginales o más vulnerables de la población.*
>
> *Sin embargo, la utilización de los medios tradicionales de comunicación masiva no siempre se presenta como medio accesible para la difusión de las necesidades y reivindicaciones de los sectores más empobrecidos o vulnerables de la sociedad. En este sentido, los medios comunitarios de comunicación y difusión vienen insistiendo desde hace tiempo para incluir en las agendas nacionales, estrategias y contenidos que atiendan a las necesidades de éstas comunidades* (CIDH, 2002, párrs. 37-38).
>
> En este mismo sentido, el Informe Anual del 2008 remarcó:
>
> *[L]as personas que integran los grupos sociales tradicionalmente marginados, discriminados o que se encuentran en estado de indefensión, son sistemáticamente excluidas, por diversas razones, del debate público. Estos grupos no tienen canales institucionales o privados para ejercer en serio y de manera vigorosa y permanente su derecho a expresar públicamente sus ideas y opiniones o para informarse sobre los asuntos que los afectan. Este proceso de exclusión ha privado también a las sociedades de conocer los intereses, las necesidades y propuestas de quienes no han tenido la oportunidad de acceder,*

[28] CIDH. *Justicia e inclusión social: Los desafíos de la democracia en Guatemala*. Capítulo VII: La situación de la libertad de expresión, párr. 414.
Disponible en: http://www.cidh.oas.org/countryrep/Guatemala2003sp/capitulo7.htm
CIDH. Informe Anual 2002. Volumen III: Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Capítulo IV: Libertad de expresión y pobreza, párr. 41.

> *en igualdad de condiciones, al debate democrático. El efecto de este fenómeno de exclusión es similar al efecto que produce la censura: el silencio* (CIDH, 2008, párr. 100).

Se deben generar condiciones justas y equitativas - es decir, sin limitaciones económicas y tecnológicas - para el acceso a las licencias. A su vez, el Estado debe garantizar que puedan acceder a fuentes de financiamiento, entre las cuales puede encontrarse la publicidad y la pauta oficial. En el Informe Anual del 2007, la Relatoría Especial afirmó que *"es necesaria una legislación que defina apropiadamente el concepto de radio comunitaria y que incluya su finalidad social, su carácter de entidades sin fines de lucro y su independencia operativa y financiera"* (CIDH, 2007, párr. 6). Sin embargo, a pesar de estas recomendaciones, en la mayoría de los países de nuestra región no sólo no están definidos apropiadamente sino que sufren barreras desproporcionadas y hasta se les prohíbe explícitamente acceder a un reconocimiento legal. Visto desde una perspectiva democrática según la cual *"el proceso comunicativo no sólo debe satisfacer las necesidades de consumo de los habitantes (necesidades legítimas de entretenimiento, por ejemplo), sino las necesidades de información de los ciudadanos"* (CIDH, 2008, párr. 107), se deduce con claridad la importancia de que las regulaciones sobre radiodifusión incorporen expresamente el derecho de las organizaciones sin fines de lucro de a ser propietarias de medios de comunicación.

A su vez, otro aspecto que debe estar especificado y definido con claridad en las regulaciones son los requisitos para el acceso a licencias de radiodifusión. Éstos deben contemplar las diferencias entre los distintos tipos de medios e incluir una discriminación positiva en favor de los medios sin fines de lucro, diseñando una normativa acorde a las necesidades del sector. En este sentido,

> *las subastas que contemplen criterios únicamente económicos o que otorguen concesiones sin una oportunidad equitativa para todos los sectores son incompatibles con la democracia y con el derecho a la libertad de expresión e información garantizados en la Convención Americana […] y en la Declaración de Principios* (CIDH, 2003, párr. 414).

La CIDH también profundiza sus concepciones respecto a lo que las legislaciones deben incluir sobre el financiamiento de los medios sin fines de lucro. El Estado debe contribuir a financiarlos pero también a generar las condiciones para su propia reproducción. Es decir, para que puedan acceder a una licencia pero que, luego, no sufran discriminaciones y limitaciones a la hora de su uso. Para sostenerse, los medios comunitarios necesitan construir una estructura propia -económica, de gestión, de equipamiento, etc.-, para lo cual necesitan financiamiento. La pauta oficial puede ser una forma de apoyo pero nunca debe ser la única. En este sentido, los principios sobre la regulación de la publicidad oficial de la CIDH establecen que

> *los Estados deberían establecer políticas y destinar recursos para promover la diversidad y el pluralismo de medios a través de mecanismos de ayudas indirectas o subsidios explícitos y neutros, diferenciados de los gastos de publicidad oficial. La pauta estatal no debe ser considerada como un mecanismo de sostenimiento de los medios de comunicación* (CIDH, 2010, párr. 77).

Queda muy claramente establecida la necesidad de que los Estados adopten políticas de financiamiento específicas para los sectores sin fines de lucro, para fortalecerlos como actores en un mapa mediático que pretenda ser pluralista y diverso.

1.3. Políticas Nacionales de Comunicación

La necesidad de que los Estados diseñen políticas públicas integrales que defiendan el derecho a la comunicación a partir de la construcción de un sistema de medios plural y diverso en todos sus aspectos, forma parte de una discusión de larga data en nuestra región. Una discusión que ha sido siempre profundamente política, económica y, por supuesto, también teórica.

Ese debate, que luego de años de mucha insistencia tuvo eco en instancias internacionales, comenzó con la irreverente utopía de comunicadorxs latinoamericanxs (Beltrán, 2005; Exeni, 1998; Graziano, 1986; Servaes, 2000) por una comunicación democrática en un contexto de profundas desigualdades en nuestra región. Desde fines de los años ‘40, luego de la victoria de Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial, se había distribuido el modelo de desarrollo recetado por esta potencia para los países “subdesarrollados” del mundo. A través de asistencia técnica, financiera y también comunicacional, Estados Unidos prometió la fórmula para la modernización y el progreso, que no era otra cosa que la *evolución* desde formas de vida tradicionales y *atrasadas* al *american way of life*. Ese modelo de desarrollo no hizo más que profundizar las desigualdades y miserias existentes, lo cual fue entendido en la década de 1970 por esxs autorxs latinoamericanxs como la contracara necesaria del crecimiento de las potencias y la solidificación de su dominio sobre su *patio trasero*.

Este modelo de desarrollo tenía como condición de posibilidad una idea de la comunicación entendida como indicadora del rumbo de esa transformación. Autores como Everett Rogers o Wilbur Schramm plantearon en la década del ‘60 que, para que los países del Tercer Mundo dieran paso a la modernización, se necesitaban medios de comunicación que orienten las aspiraciones, la participación y el cambio de actitudes de lxs ciudadanxs. Se necesitaba *“provocar por persuasión educativa cambios de conducta tanto en funcionarios como en beneficiarios”* (Beltrán, 2005: 05). En ese sentido, elaboraron sus teorías entendiendo a los medios como *difusores* de innovaciones y como *configuradores* de un clima para el cambio social para lograr el desarrollo.

Como sustento de esta concepción instrumental, que reconoce a los medios como configuradores de agenda y constructores de sentidos comunes, encontramos definiciones de reconocidas escuelas teóricas sobre la comunicación. Como afirma Graziano (op. cit.), los primeros años de investigación en el campo estuvieron signados por la idea de que comunicar era *transmitir o difundir* un mensaje, a partir de la conocida fórmula *quién dice qué a quién por qué canal y con qué efectos* de Lasswell. Esta perspectiva, que ha tenido diversos matices según la escuela y la época, parte de la concepción de que la comunicación es la transferencia de información - estímulo - de un emisor a un otro que la recibe, tal cual fue emitida, generando una respuesta determinada. Las investigaciones de estas escuelas enfocaron su mirada en la eficiencia de la comunicación, es decir en sus efectos, ya que es lo que les permitió sostener promesas de manipulación o control de las audiencias a partir de la emisión de determinados mensajes con diversos intereses (Servaes, 2000). Las teorías nunca pueden desentenderse de los contextos en los que surgen y es evidente que comparten con - incluso otorgan a - el modelo de desarrollo norteamericano un profundo carácter vertical, elitista y unidireccional (monológico). Hay quienes dicen activamente - medios, países desarrollados - y quienes escuchan y actúan pasivamente - países subdesarrollados, ciudadanxs -. En este sentido, este es un modelo de comunicación que es el correlato de un modelo de desarrollo autoritario, desigual y antidemocrático[29].

En los años ‘70 en América Latina, numerosxs investigadorxs e intelectuales comenzaron a cuestionar las ideas de desarrollo implementadas en sus países debido a que se volvió evidente su rotundo fracaso. La conocida *crisis del petróleo* había provocado graves desastres económicos, políticos y sociales, de los cuales los países del Tercer Mundo no pudieron defenderse como lo hicieron los desarrollados. La dependencia respecto de Estados Unidos generó una caída en las tasas de crecimiento, recortes en los gastos públicos, crecimiento de la deuda externa y el consecuente aumento de la desigualdad. Sin embargo, el modelo que profundizó el subdesarrollo no fue modificado por los Estados de la región.

En este marco, intelectuales como Beltrán (2005) plantearon la necesidad de elaborar otro modelo de desarrollo, diferente al propuesto por el capitalismo mercantil y liberal, que genere transformaciones sustanciales pero con equidad, en condiciones de libertad y justicia, que sea propio del territorio donde se desarrolle. La Declaración de Cocoyoc de 1974 constituyó un punto de partida internacional para sentar las bases de ese modelo:

[29] No queremos ser injustxs con comprometidxs investigadorxs como lxs que formaron parte de la Escuela de Frankfurt, que construyeron un andamiaje teórico que puso en cuestión el rol social de los medios de comunicación para la manipulación y alienación de los sectores populares. Sin embargo, a pesar de no compartir sus objetivos teóricos y políticos con las escuelas norteamericanas, partieron también de la misma concepción lineal sobre la comunicación. Horkheimer, M. y Adorno, T.W. (1971). *Dialéctica del Iluminismo*, Sur, Buenos Aires.

> *El proceso de crecimiento que beneficia únicamente a las minorías más prósperas y mantiene o aumenta las disparidades entre países y dentro de ellos, no puede considerarse "desarrollo". Es explotación. Y ha llegado el momento de iniciar el verdadero crecimiento económico, es decir, el que permita lograr una mejor distribución de la riqueza y la satisfacción de las necesidades básicas de todos.*
>
> *La experiencia de 30 años demuestra que es ilusoria la esperanza de que un rápido crecimiento económico en favor de la minoría beneficiará después, gradualmente, a la masa de la población. Debe rechazarse en consecuencia la validez de la premisa tan repetida: "crecer primero, y luego distribuir los beneficios con justicia".*
>
> *Pero el desarrollo tampoco debe limitarse a la satisfacción de las necesidades básicas; hay también otras necesidades, otras metas y otros valores. Incluye la libertad de expresión, el derecho a manifestar y recibir ideas y estímulos porque es profunda la necesidad social de participar en la configuración de las bases de nuestra propia existencia y de contribuir en alguna medida a modelar el mundo del futuro* (Declaración de Cocoyoc, 1974).

Estxs autorxs denunciaron, entonces, que la dependencia no era sólo económica sino también comunicacional y, por ende, simbólica. Llamaron a ese proceso *imperialismo cultural* y lo definieron como la negación de la diversidad propia de cada región a partir de la imposición de la visión de mundo norteamericana por sobre las particularidades y los valores locales. Frente al imperialismo cultural, peligraba la pluralidad de representaciones sociales y la diversidad cultural (De Charras, 2011).

En consecuencia, plantearon otro modelo teórico sobre la comunicación, alternativo, no unidireccional y por imposición, que sustentaba nuevos desafíos y utopías, que implicaban un desarrollo con respeto por la identidad cultural de las comunidades locales y la diversidad, la democratización y la participación en todos los niveles. Un modelo que planteó a la comunicación como un proceso de diálogo e intercambio, participativo y popular, sustentado en la idea de que las audiencias no sólo nunca son pasivas sino que deben tener el derecho - individual y colectivo - a decir su palabra.

En palabras de Beltrán:

> *La comunicación alternativa para el desarrollo democrático es la expansión y el equilibro en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios – masivos, interpersonales y mixtos – para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría* (2005, p. 21).

A diferencia de las teorías que centraban su análisis en el *qué se dice* o en el *quién recibe - y con qué efectos* - del esquema de Lasswell, estas corrientes teóricas pusieron el eje

en el *quién dice o emite*. Y afirmaron que no puede haber pocxs (o unx) diciendo únicamente su palabra sino que se tiene que democratizar la participación, para garantizar el acceso de todxs. Esto supone el intercambio de significados sociales y de roles entre emisorxs y receptorxs. Es por eso que esta corriente teórica, conocida como "*sociopolítica de las comunicaciones*" (Graziano, op. cit.), tiene como objetivo analizar las relaciones de poder subyacentes al cómo se construyen los mensajes. Parte de la investigación sobre cómo la propiedad de los medios incide en la difusión de una determinada ideología dominante - en una primera etapa de los estudios de esta escuela - y cómo su concentración significa un problema en el acceso y la participación de la sociedad en su conjunto - en una segunda etapa - (Graziano, op. cit.).

Esta escuela pasó de un primer momento de denuncia de los vínculos entre los medios de comunicación y el poder político mundial a otro formalista y propositivo. Esto fue posible gracias a que, en la década del '70, se resignificó el rol del Estado, desde una postura que lo veía como cómplice del proceso de desarrollo liberal y mercantil y un instrumento de la dominación de clase, a una mirada que lo ubicaba no sólo como un espacio de disputa sino como un instrumento de regulación y posible transformación. Para ello, se manifestó la necesidad de que el Estado desarrolle lo que lxs autorxs denominaron Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), es decir, un conjunto de normas que regularan los sistemas de medios de comunicación masiva, partiendo de las necesidades y metas que se planteara cada sociedad particular.

> *Una política nacional de comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación de un país* (Beltran, 2005, p. 17).

Cuando hablamos de un *sistema de medios de comunicación* nos referimos no sólo a los medios masivos tradicionales y sus contenidos sino también a todas las prácticas implicadas en el proceso social de construcción de sentido y su flujo. Esta definición abarca desde el funcionamiento de las telecomunicaciones, la informática, pasando por la publicidad, la práctica periodística, la investigación y la formación de comunicadorxs hasta la infraestructura legal que regula el sistema y las formas de comunicación institucional e interpersonal (Schenkel, 1981).

La importancia de ese "conjunto integrado, explícito y duradero de políticas" radica en la necesidad de orientar el rol del sistema de manera coherente con los objetivos de desarrollo de cada sociedad, en pos del bienestar común. Esta discusión pretendía subsanar una situación en la cual

> *[e]n la gran mayoría de países latinoamericanos los sistemas de comunicación existentes son esferas que se han desarrollado espontáneamente, sin arreglo a un plan y proporciones equilibradas y a necesidades sociales fundamentales, siguiendo casi exclusivamente la tierra prometida del lucro comercial* (Schenkel, 1981, p. 16).

Sin embargo, la participación está íntimamente relacionada con el poder: ampliar la participación supone distribuir el poder en la sociedad, tanto económico como político - comunicacional, *"lo que a menudo disminuye las ventajas de ciertos grupos"* (Servaes, 2000: 21). En ese sentido, no resulta para nada sorprendente que el sistema empresarial - local e internacional - haya ejercido presión sobre el sistema político para que este modelo no se implementara por largas décadas. Mucho menos en los '80, década en la que se comienza a reconstruir la democracia en muchos de los países de la región luego de años de dictaduras. Democracias débiles, en las que el modelo de mercado sustituyó por completo al del Estado y en las que se profundizó la concentración y la desigualdad. A pesar de lo dicho por la Corte IDH en su Opinión Consultiva 5/85, el derecho a la libertad de expresión quedó en un plano meramente declarativo.

Sin embargo, la insistencia de lxs autorxs latinoamericanxs no fue en vano. Durante la primera década del 2000, surgieron en la región novedosos procesos políticos y sociales que revitalizaron la discusión por un nuevo modelo de desarrollo, lo cual generó condiciones políticas para pensar otro sistema de medios basado en el acceso y la participación de las mayorías y la democratización de la comunicación.

1.4. Medios comunitarios, alternativos y populares

Como se afirmó previamente, desde la *sociopolítica de las comunicaciones* varixs autorxs se propusieron analizar las relaciones de poder que condicionan la producción de mensajes y cómo la propiedad de los medios incide en la difusión de determinada ideología dominante y limita la participación de voces diversas.

Como afirma Larisa Kejval (2009), quien retoma una hipótesis de Margarita Graziano, luego de que el intento por establecer PNC de carácter democráticas y participativas fallara, lxs investigadorxs comenzaron a centrar sus atenciones en prácticas comunicacionales alternativas, comunitarias y populares[30] que se estaban desarrollando en muchos países de la región. Estas experiencias, nutridas del desarrollo de reflexiones acerca de la comunicación - hegemónica y no hegemónica - pero también de su propia praxis, son fundamentales para

[30] Diversxs autorxs coinciden en señalar que estos medios decidieron utilizar diversos adjetivos para identificarse a sí mismos, entre los cuales están *alternativo, comunitario y popular*. Estos conceptos significan cosas muy diversas y fueron utilizados en sintonía con los proyectos políticos y comunicacionales que cada medio definió como horizonte (Kejval, 2009).

comprender cómo, ante la falta de respuestas por parte del Estado, diversas organizaciones libres del pueblo llevaron adelante alternativas para decir su palabra, silenciada por los grandes medios. Mientras el Estado no garantizó la libertad de expresión, el derecho a comunicar, el pluralismo y la diversidad, estos medios alternativos, comunitarios y populares salieron a la cancha a pelear esa situación de desigualdad.

Estas experiencias, que no pueden ser definidas de manera unívoca, incluyen prácticas comunicacionales diversas, que van desde radios, televisoras, medios gráficos, etc. y se desarrollaron en contextos también diversos, con características muy disímiles entre sí. Sin embargo, uno de sus rasgos más sobresalientes y que comparten todas radica en que se constituyeron como prácticas comunicacionales - alternativas, comunitarias y/o populares - de resistencia al orden comunicacional - y, por ende, también, social, político, económico y cultural - establecido, orientado al lucro y al interés comercial. Aunque con diagnósticos disímiles, todas se plantean un horizonte de resistencia y transformación social que orienta su práctica, que es entendida como parte de la disputa por el poder en la agenda comunicacional. Todas estas experiencias, desde concepciones políticas diferentes, muchas de ellas enmarcadas en organizaciones y movimientos sociales diferentes, comparten el objetivo de transformar lo dominante (Kejval, 2009).

Todas poseen una *dimensión político-cultural*, es decir, todas ellas poseen objetivos o se trazaron metas - diversas entre sí - que orientan sus prácticas y reflexiones. Estos medios no surgieron de manera espontánea ni aislada de los contextos sino que tienen un por qué, una identidad y un perfil, que las definen. Por otro lado, cada una de esas experiencias definió para sí formas de comunicar con la comunidad, estéticas, contenidos, específicos que surgen de sus diagnósticos sobre las audiencias y cómo dialogar con ellas. Está *dimensión comunicacional* es aquella que se expresa en su programación, en concordancia con sus objetivos políticos culturales. En tercer lugar, todos estos proyectos definieron para sí también formas de organización y de administración de los recursos y de propiedad que se incluyen en lo que podríamos llamar *dimensión económica*, también fundamental para comprender estas experiencias comunicacionales. Y, por último, comparten también una *dimensión organizacional*, que incluye formas definidas - diversas también entre los proyectos - de organización del trabajo, de comunicación interna y de participación que construyen, como todas las otras dimensiones, los perfiles e identidades de cada medio (Kejval, 2009).

Estxs actorxs del mapa mediático son centrales para comprender en qué medida su desarrollo - y la necesidad de su fomento desde el Estado - es fundamental para la construcción de una comunicación democrática, plural y diversa. Son medios de comunicación que deben ser comprendidos, como cualquier otro, como prácticas significantes, es decir como productores de sentido social, pero que juegan un papel en la disputa en un sistema mayor, en el que entran en relación con otros sistemas no significantes. Como afirma Kejval (2009),

son medios que surgen de una situación de desigualdad, considerados históricamente como audiencia por lxs actorxs que siempre detentaron y concentraron la palabra. Su acción parte de esa relación de desigualdad y disputa esa iniciativa monopolizada.

1.5. Fomento del pluralismo y la diversidad en la legislación

Hasta aquí, recuperamos la definición y las características del derecho humano a la libertad de expresión y a comunicar, observamos el papel que deben cumplir los Estados para garantizarlo a todxs sus ciudadanxs, definimos al pluralismo en tanto valor indispensable a ser fomentado en un sistema de comunicaciones que aspire a sustentar una sociedad democrática, y retomamos el concepto de las PNC como la estructura integral mediante la cual los Estados podrían concretar estas metas. A su vez, desarrollamos un recorrido por las definiciones de los medios comunitarios, alternativos y populares en nuestro país y las condiciones desiguales en y por las que surgieron, con el objeto de identificarlos como actores indispensables en la democratización del sistema comunicacional argentino. Para avanzar en nuestro objetivo de analizar si el FOMECA fue una política pública comunicacional de fomento al pluralismo en Argentina y en qué medida, desarrollaremos sintéticamente las diferentes maneras en las que los Estados europeos abordaron o no políticas públicas de fomento a otras voces, para tener un marco comparativo con la legislación argentina en cuestión.

1.5.1. Tipos de ayudas estatales a los medios en Europa

Los análisis que trabajan esta cuestión concentran su mirada en las características de los apoyos y subvenciones estatales a los medios. Peter Humphreys (2008) marca la década del ´70 como el momento en el cual, por diferentes factores como el aumento de los costos de producción y la caída de los ingresos del sector de la prensa, distintos Estados europeos comenzaron a introducir de forma sistemática estas subvenciones. Describe dos tipos principales, las ayudas directas y las indirectas. Éstas últimas son generales e indiscriminadas, es decir, afectan a todos los medios por igual independientemente de su posición en el mapa mediático y el mercado. Tienen la ventaja de ser masivas y fomentar la competencia, pero en la práctica concreta pueden terminar favoreciendo a las posiciones dominantes en el mercado de los principales medios masivos, que reciben el mismo tratamiento que los medios más necesitados de apoyos estatales. Esta situación, sin contrapesos específicos que contemplen las posiciones desiguales entre medios, puede favorecer la concentración oligopólica y monopólica. Sin embargo, y pese a los elevados montos que representan para los Estados, son bien aceptadas en los distintos sistemas europeos y no han sido objeto de mucha controversia, como sí lo son el otro tipo de ayudas, las directas. Ejemplos generales de subvenciones indirectas adoptadas en la mayoría de los

países de la región son tipos de IVA preferenciales, tarifas postales y de telecomunicaciones especiales, reducción de costos del transporte en ferrocarril, y desgravaciones fiscales por inversiones. Por su parte, las ayudas directas o direccionadas son aquellas que apuntan a publicaciones específicas o medios de algún tipo, generalmente pequeños, de nicho, deficitarios, pertenecientes a comunidades o minorías sociales o políticas, etc. Son ayudas concretas para los medios más débiles que buscan fortalecer sus posiciones en el mapa mediático para contrapesar el poder económico de los medios dominantes. Este tipo de ayudas son las que más aportan a desarrollar el pluralismo, pero también son las más cuestionadas por ser consideradas susceptibles de influencia política, debido a que su otorgamiento es discrecional.

1.5.2. Los modelos de intervención estatal en el fomento a la prensa

En términos generales, podemos encontrar que las políticas de fomento al pluralismo están encuadradas en tres grandes modelos de sistemas mediáticos en Europa, definidos por Hallin y Mancini (2004): el modelo liberal, el corporativista democrático, y el pluralista polarizado. Estos modelos responden, no sólo a la visión que cada Estado tiene de la comunicación y la prensa en particular, sino que derivan de la matriz política, económica, social e histórica de cada uno de esos Estados. La relación con la comunicación y la prensa en cada caso se enmarca en una concepción general sobre la participación estatal en materia económica y social, y las diferencias derivan de los distintos tipos de Estado de la región. Además, inciden también las distintas formas en que los medios se desarrollaron en cada país, con mayores o menores apoyos estatales.

En este sentido, Humphreys (op. cit.) identifica tres variables que condicionan y explican los diferentes sistemas de subvenciones a la prensa en Europa. La primera es la orientación política de cada gobierno, siendo las opciones de izquierda o socialdemócratas las más tendientes a apoyar dichas subvenciones. La segunda, las diferentes tendencias hacia las políticas intervencionistas de los Estados. Y la tercera, las fortalezas o debilidades del sector de la prensa en cada caso.

El modelo liberal

Un primer modelo identificable es el modelo liberal, asociado a los países del Atlántico Norte, principalmente Inglaterra e Irlanda. Estos países, por tradición ideológica, consideraron siempre que la intervención estatal en materia de política económica debe reducirse a la mínima expresión ya que son las fuerzas del mercado y la libre competencia las que promueven el desarrollo y el crecimiento. Esta visión negativa sobre la participación del Estado en la economía en general, en lo que respecta particularmente al sistema de medios tuvo su correlato en subvenciones mínimas, indirectas e indiscriminadas para los actores del sector.

La libertad de expresión fue entendida históricamente en estos sistemas como libertad de prensa con ausencia de intervención estatal (Hallin, 2008), lo que en este caso es equiparable a libertad de empresa. Por lo tanto, la manera de fomentar un mapa de medios diverso sería, por parte del Estado, el garantizar la libre competencia en el mercado, y su intervención directa estaría limitada a la abstención de censura y el otorgamiento de subvenciones indirectas, sin discriminación de actores de diferentes pesos y con diferentes necesidades para ser parte activa del sistema. Para la visión de estos países el ejercicio de la democracia y sus derechos fundamentales no requiere del Estado nada más que su no intromisión en la libre competencia de mercado. Por otro lado, el desarrollo de medios privados se dio como un proceso sólido y temprano, lo que de alguna manera termina consolidando esa perspectiva.

Los corporativistas democráticos

Los países escandinavos y del centro de Europa son conocidos bajo la categoría de "corporativistas democráticos" por su tradición de políticas de bienestar social, con una profunda intervención estatal en todos los ámbitos. El de la comunicación no fue la excepción a esto, habiendo desarrollado hace décadas sistemas de subvenciones tanto directas como indirectas que son considerados modelos en la región (Humphreys, op. cit.) en lo que respecta al fomento a la diversidad y el pluralismo democrático. La raíz de esto se encuentra en la concepción que estos países tienen sobre los medios de comunicación en la que, a diferencia de la concepción más empresarial de lxs liberales, son vistos como instituciones sociales fundamentales para el ejercicio de la democracia y el servicio a lxs ciudadanxs. Es por esto que en las décadas de los 70 y 80 proliferaron apoyos de los Estados para los medios de comunicación con la finalidad de impedir que las tendencias del mercado a la concentración, en un contexto de integración regional cada vez más marcado, avanzaran fagocitando a los medios más débiles y socavando el pluralismo de sus sistemas (Hallin, op. cit.). Esto se materializó en subvenciones indirectas, como la de los sistemas liberales, y también directas u orientadas, con la finalidad específica de favorecer a los medios menos poderosos de sus sistemas y así mantener un mapa más diverso. Cuando decimos medios menos poderosos aquí no estamos refiriéndonos exclusivamente al peso específico de un medio o su predominancia en el mercado, sino también y fundamentalmente a su capacidad de subsistencia económica. Las ayudas a "segundos periódicos", publicaciones de menor tirada que las principales, fueron incorporadas en países como Suecia, Austria, Noruega o Finlandia; también se subvencionaron en estos países a los periódicos de los diferentes partidos políticos para que persista una pluralidad de opiniones, por citar algunos ejemplos de políticas de apoyo directo a la prensa.

Justamente esta vinculación de las ayudas directas con el plano político es la crítica que generalmente reciben este tipo de intervenciones desde una mirada liberal, argumentando un

posible condicionamiento por parte de los gobiernos para con la prensa. Sin embargo, Humphreys (op. cit.) rescata un estudio comparativo sobre los diferentes modelos de prensa en Europa que sostiene que en los países escandinavos el aumento del profesionalismo crítico, es decir, el periodismo crítico de la elites, se dio con mayor intensidad durante los períodos de mayores subvenciones directas a los medios, demostrando que no hay una vinculación necesaria entre estas políticas y el ejercicio de presiones gubernamentales sobre la prensa. De hecho, la mayoría de estos países fue adoptando durante los primeros años de la década pasada un sistema de otorgamiento de estas subvenciones a través de entes o comités independientes, generalmente integrados por miembros de los gobiernos pero también y mayoritariamente por representantes de distintos sectores del ámbito de la comunicación como la academia, grupos sociales y lingüísticos, empresas editoras, periodistas, etc.

La intervención estatal entonces en este modelo se define tanto en términos negativos (no censura, no obstrucción a la competencia) como positivos (fomento de la diversidad mediática), y su objetivo central es el sostenimiento de un mapa mediático que contenga la mayor cantidad de expresiones político sociales.

Modelo mediterráneo pluralista polarizado

El tercer modelo es conocido como pluralista polarizado y comprende a los países mediterráneos como Francia, España, Italia, Portugal, Grecia, etc. En estos países se combinan varios factores como el hecho de industrias culturales generalmente débiles, que necesitaron de apoyo estatal para subsistir, bajos índices de lectura, una relación estrecha entre el sistema político y los medios de comunicación y una tradición de fuerte intervención estatal en la mayoría de los órdenes. Esto derivó en un modelo fuerte de subvenciones tanto directas como indirectas por parte de los diferentes Estados, con particularidades en cada país. Un rasgo común y preponderante fueron las subvenciones al desarrollo y la actualización tecnológica, en la que varios de estos países corrían de atrás frente a las potencias, lo que además significaba un riesgo en la creciente integración regional. En este caso, las subvenciones tanto indirectas como directas han ido orientándose cada vez más al fortalecimiento de las empresas locales desde un punto de vista productivo que al objetivo de fomentar la diversidad y el pluralismo. Un ejemplo de esto puede observarse en Francia, país pionero de Europa occidental en adoptar un importante sistema de subvenciones a la prensa luego de la Segunda Guerra, que continúa siendo de los más significativos. Hacia principios de los 2000 los destinos de estos apoyos económicos fueron orientándose cada vez más hacia la reconversión tecnológica de los medios. En 2005, contra los ocho millones de Euros que se destinaron a promover el pluralismo, se destinaron otros 47,7 millones a la modernización y diversificación multimedia (Humphreys, op. cit.). Por su parte, en España,

otro de los países más representativos de este modelo, el Estado nacional suprimió a principios de los 2000 prácticamente todas las ayudas económicas al sector de la prensa y las transfirió en tanto facultades a los Gobiernos de las Comunidades Autónomas, ajustándose a los lineamientos de su ingreso a la Comunidad Europea (Blasco Gil, 2008). De esta forma, la posibilidad de fomentar la diversidad mediática quedó descentralizada y en manos de las comunidades, que en su enorme mayoría dedicaron recursos casi exclusivamente al sostenimiento de publicaciones que incluían cuestiones culturales particulares de cada región, fundamentalmente con contenidos lingüísticos autóctonos.

1.5.3. Condicionamientos contextuales al fomento del pluralismo

Luego de haber recorrido los distintos modelos europeos, nos interesa quedarnos con una perspectiva: en sus diferentes formas de apoyar los desarrollos de medios de comunicación, los Estados europeos demuestran una visión más cercana a los medios como agentes económico/sociales a ser fomentados en su actividad productiva, que como prácticas significantes, espacios de producción de sentido (Kejval, 2009). Incluso los países corporativistas democráticos parecen preocuparse por lograr una diversidad de voces y opiniones políticas en sus mapas de medios, pero sin intervenir directamente en la regulación de contenidos más allá de ciertas pautas lingüísticas. La diversidad y el pluralismo estarían dados por la coexistencia de una variedad de voces, pero pensado desde el pluralismo externo, es decir, buscando evitar una concentración oligopólica de sus mercados. Y en relación al pluralismo interno, sólo se buscaría asegurar una diversidad cultural (fundamentalmente lingüística).

Al contemplar los sistemas europeos de apoyos a la prensa, buscamos un marco comparativo con la situación argentina para identificar las formas que el fomento al pluralismo adopta en distintas latitudes y distintos contextos históricos, sociales, políticos, culturales, económicos, etc. Justamente en las diferencias de contextos es que encontramos las raíces de las diferentes formas de fomentar el pluralismo. La realidad argentina, enmarcada en la región latinoamericana, arrastra una historia social y cultural totalmente distinta a las europeas, lo cual se conjuga con situaciones económicas también muy diferentes (y dispares). Esto de alguna manera condiciona la perspectiva sobre el pluralismo, ya que el acceso no sólo a los medios de comunicación, sino en general a bienes, servicios y prestaciones del Estado en ambas latitudes es completamente distinta, siendo la brecha social mucho más marcada en Argentina - como en todo Latinoamérica - que en Europa. Así, la incorporación de identidades sociales diversas al mapa mediático argentino implica mucho más que el hecho de dar espacio a distintas voces, comunidades lingüísticas o tradiciones culturales, como en los casos Europeos. Aquí se trata de la inclusión en el entramado social general de grupos sociales excluidos, a través de su incorporación al sistema comunicacional del país. Y es la

concentración del capital, tanto económico como simbólico, por parte de pequeños sectores la que crea esa situación de desigualdad y exclusión. Con una estructura económica que integra, en mayor o menor medida dependiendo de cada país, a toda su población, resulta comprensible que la preocupación en Europa por el pluralismo mediático tenga características diferentes a las de las sociedades latinoamericanas donde, las privaciones económicas y sociales de importantes segmentos de las poblaciones determinan necesidades muy diferentes a ser cubiertas. Y, en este sentido, el pluralismo (tanto interno como externo) entendido como valor democrático, se torna fundamental en el camino hacia mayores grados de igualdad social y consolidación de la democracia.

En los próximos capítulos analizaremos el FOMECA en tanto política pública que se enmarcó en un intento por desarrollar en la Argentina un sistema comunicacional que respondiera a la necesidad de desarrollar una PNC en nuestro país que, por primera vez, cumpliera las deudas con estos sectores de la comunicación. Investigaremos en qué medida el Estado buscó fomentar la diversidad y el pluralismo, primero a través de la sanción de una Ley que entendiera la comunicación como un derecho y que reconociese un lugar específico para los medios sin fines de lucro; y segundo mediante el diseño de una política de financiamiento que le permitiera a estxs actorxs generar sus propias condiciones de sostenibilidad, como aporte a la construcción de un sistema mediático desconcentrado, descentralizado y pluralista. En definitiva, un sistema de comunicaciones que fortaleciese la democracia buscando y fomentando el acceso y la participación en él de todxs lxs ciudadanxs.

Capítulo 2. El derecho a comunicar en las políticas públicas argentinas. El rol de los medios sin fines de lucro.

Contexto histórico, legal e institucional.

Comenzamos este trabajo desarrollando el marco teórico a partir del cual entendemos que son los Estados los que deben garantizar el derecho humano a la libertad de expresión y a la comunicación, a través del desarrollo de políticas públicas que fomenten el pluralismo y la diversidad de voces. Partiendo de estos supuestos, analizamos luego cómo eso se materializa en varios países de Europa, con legislaciones y sistemas de medios con racionalidades diferentes, con el fin de investigar cómo esas definiciones teóricas se expresan en la práctica concreta.

Sin embargo, ninguna matriz de políticas públicas puede entenderse de manera aislada de los contextos políticos, sociales, económicos y culturales en las que se desarrollan. Cualquier análisis debe ser histórico y contextualizado, que dé cuenta de las tensiones y posibilidades en las que se enmarcan las decisiones concretas de los Estados. En ese sentido, y para poder reflexionar sobre las políticas públicas de nuestro país, nos parece fundamental realizar un recorrido por su historia, desde la última dictadura cívico militar hasta la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, para analizar el funcionamiento del sistema de medios de comunicación, con el objetivo de pensar cómo se ha fomentado o se ha perjudicado explícitamente una diversidad de voces en los medios y qué racionalidades han sustentado cada uno de los proyectos políticos y comunicacionales que se cristalizaron en distintos momentos y coyunturas. El FOMECA fue una política pública que se implementó en un contexto determinado, con un desarrollo específico del sistema mediático argentino, con actorxs de pesos específicos diferentes -y desiguales-, con una tradición histórica y debates propios, que es necesario analizar en profundidad para comprender en qué medida fue esta política una iniciativa que fomentó la diversidad y el pluralismo en el sistema mediático argentino.

El recorte temporal elegido no es azaroso: partimos de la hipótesis de que fue a partir de la última dictadura cívico-militar iniciada en 1976 en nuestro país -en paralelo a procesos similares en la región- que los debates que se estaban dando en el ámbito internacional sobre la necesidad de democratizar la comunicación -a partir de la identificación de un problema de "imperialismo cultural", dependencia económica y simbólica de los países centrales y la necesidad de un nuevo orden mundial de la información- no sólo no tuvieron un cauce resolutivo según lo recomendado por los organismos internacionales sino que, además, fueron completamente desoídos. Se profundizó aún más el escenario de desigualdad y

exclusión, tanto económica como simbólica. Comenzó a consolidarse a partir de ese momento en nuestro país un sistema de medios no sólo profundamente comercial y mercantilizado -contrario a la perspectiva que entiende a la comunicación como un derecho humano- sino también centralizado, monopolizado y, por ende, nada pluralista ni diverso.

Consideramos que este proceso de profundización de la desigualdad comunicacional se desarrolló hasta aproximadamente el año 2003, momento en el cual se produjo un cambio de signo político en el Gobierno pero cuyas políticas no mostraron aún una ruptura definitiva en la racionalidad del Estado en el diseño de políticas nacionales de comunicación y el desarrollo del sistema mediático. En este período, que se extendió hasta el año 2008 aproximadamente, se evidenciaron políticas contradictorias en materia comunicacional, donde se manifestaron concesiones muy importantes a los intereses privados a la par que se comenzaba a reconocer a otrxs actorxs del sistema, dando lugar a una incipiente revisión de la lógica de construcción de las PNC.

La tercera y última etapa analizada, que va desde el 2008 hasta el 2015, se caracterizó por ser el momento a partir del cual se produjo una ruptura en la lógica de construcción del sistema mediático, que llevó a la sanción de una nueva regulación que entendió a la comunicación como derecho humano y que intentó, desde su espíritu, democratizar las voces, haciéndose eco de las demandas históricas de los medios sin fines de lucro. Es en este proceso en el cual se enmarca el FOMECA como política pública de fomento al pluralismo.

En cada etapa descrita, a su vez, el sistema de medios comunitarios, alternativos y populares fue desplegando diversas estrategias, con diversos objetivos y horizontes político comunicacionales, para hacer frente tanto al avance del sistema concentrado y privatista como para incidir en las políticas públicas de comunicación e incluso avanzar en aquellas que, por primera vez, los reconocieran como actores legítimos de una comunicación democrática y plural.

En la actualidad, ese proceso de democratización de la comunicación vuelve a encontrar límites ante el cambio de signo político del Estado Nacional y la elaboración de nuevas políticas nacionales de comunicación orientadas en un sentido completamente antagónico al que expresó la LSCA. Si bien es un proceso aún en curso, analizaremos en las conclusiones de este trabajo cuáles son sus principales consecuencias en relación al pluralismo en el sistema de medios.

2.1. Estado garante de los negocios

En el presente apartado, abordaremos las intervenciones del Estado en el sistema mediático durante el período que va desde el inicio de la última dictadura cívico militar en 1976 hasta aproximadamente el año 2003. Consideramos que en esta etapa el Estado no asumió un rol activo en la garantía del derecho a la libertad de expresión y a la comunicación como

un derecho humano fundamental y no fomentó el pluralismo en los medios sino más bien todo lo contrario: permitió y promovió, de diferentes maneras, la consolidación de un sistema de medios concentrado, donde prevalecieron los intereses de los privados comerciales.

2.1.1. Las mordazas visibles[31]: entre el disciplinamiento y los negocios. El derecho a comunicar en dictadura

A partir del autoproclamado Proceso de Reorganización Nacional, la Junta Militar[32] emprendió una refundación profunda de la sociedad argentina, en términos económicos, sociales, culturales y políticos. El nombre con el que eligieron identificar el proceso no fue un eufemismo: se propusieron consolidar una nueva hegemonía basada en la especulación financiera como nuevo patrón de acumulación. Para ello, necesitaron transformar las bases económicas y sociales mismas a partir del disciplinamiento de la población, es decir, "reorganizar" la Nación. La sociedad argentina tenía un alto nivel de politización, conciencia y organización, lo cual era considerado un obstáculo directo para la consolidación de un proyecto hegemónico que sólo podría ser exitoso con la destrucción de estos valores. Este nuevo patrón de acumulación, más desigual e injusto, sólo podría instalarse si lograba un nivel de aceptación por parte de la sociedad. Con ese horizonte, se valieron tanto de herramientas de construcción de consenso como de herramientas de coerción, enmarcadas en un plan sistemático de violación de derechos humanos y de terrorismo de Estado.

La dictadura diseñó una política cultural que persiguió objetivos de reconfiguración simbólica, de alcance nacional y con un desarrollo racional, planificado, sistemático, explicitado y centralizado. Este plan consistía en instalar nuevos patrones en la educación, la comunicación y la cultura para generar el consentimiento de la población ante las transformaciones acaecidas (Postolski y Marino, 2008). Los medios de comunicación de masas ocuparon un lugar central en esta estrategia ya que el terrorismo de Estado necesitaba de una política de desinformación, censura y manipulación para concretar sus metas. Los medios fueron entendidos por civiles y militares responsables de este proceso como *instrumentos* privilegiados en esa reconfiguración simbólica. Instrumentos de propaganda, de instalación de agenda pública, de manipulación, de desinformación, de disciplinamiento y, aunque parezca contradictorio, de silencio.

Para lograr esto, necesitaban acallar todo tipo de voz disidente. Como afirman Postolski y Marino (op. cit.), la libertad de expresión fue completamente suprimida, en un primer momento. Se organizaron grupos de funcionarixs, intelectuales, periodistas que realizaron

[31] En referencia al libro "Las mordazas invisibles: nuevas y viejas barreras a la diversidad en la radiodifusión", Programa de Legislaciones y derecho a la comunicación. Asociación Mundial de Radios Comunitarias. América Latina y Caribe, AMARC ALC, Buenos Aires, 2009.

[32] La Junta Militar estaba compuesta por el General Jorge Rafael videla, el Almirante Emilio Massera y el Brigadier Orlando Ramón Agosti.

investigaciones, estudios de opinión pública, recopilación de marcos legales que permitieran la censura de los medios, etc. Esto sumado a una política de coerción explícita de secuestro, desaparición y asesinato de trabajadorxs de medios, cierre de publicaciones, control exhaustivo y previo de los discursos mediatizados y castigo posterior, en caso de incumplimiento de las normas establecidas. El gobierno cívico militar controló directamente -a través de interventores o la propiedad directa del Estado- los medios radioeléctricos y contó con el apoyo explícito de muchos de los medios gráficos, con quienes negoció en reiteradas oportunidades.

> *La dictadura no necesitó configurar una oficina de censura centralizada, eso fue así porque la gran mayoría de los medios privados aceptaron sin resistencia las medidas represivas impuestas por la Junta militar [...] Como sostiene Eduardo Blaustein: "La mayoría de los medios de comunicación no fueron víctimas, ni fueron inocentes. Muchos fueron cómplices" (Postolski y Marino,* op. cit.*: 164).*

En un segundo momento, la libertad de expresión fue negociada. Los medios que prestaron su apoyo y su espacio para la propaganda gubernamental fueron tratados de manera diferencial. Mientras el gobierno mantuvo iniciativa y legitimidad política, no delegó el control de los medios ante el temor de que, en manos privadas, pudieran aparecer voces críticas. Sin embargo, esta situación generó cada vez más tensiones con las asociaciones de medios privados, con quienes el gobierno tuvo que negociar. Postolski y Marino (op. cit.) enumeran tres situaciones que son muestra de estas vinculaciones entre Estado y privados: la negociación con los ex licenciatarios de canales de TV, que implicó un alto costo al Estado; la incorporación de la norma Pal N para la emisión de los partidos del Mundial '78 en color, que supuso una inversión millonaria financiada por el Estado pero usufructuada por los privados y la conformación de Papel Prensa, que generó ventajas comparativas para algunas empresas del sector de medios gráficos, lo que les permitió consolidar una posición dominante en el sector[33]. Si los medios gráficos ya miraban para otro lado ante las atrocidades que sucedían en nuestro país durante la dictadura, tuvieron un motivo más para seguir callando.

Recién en 1980, y luego de años de tensiones internas y con el sector de medios, el gobierno sancionó el Decreto-Ley de Radiodifusión 22.285, diseñado por los principales funcionarios del poder ejecutivo con el asesoramiento de las asociaciones de propietarixs de medios. Esta medida materializó la conjunción de los intereses de ambas partes: el control

[33] Ver Postolski, Glenn y Marino, Santiago (2008). "Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios" en Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina* (1920-2004). Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2da edición.

estatal absoluto[34], lo cual facilitó la supervisión ideológica deseada por el gobierno de facto, a la vez que permitió la gestión de los medios por parte de los privados, haciéndose eco de sus intereses: el fin de lucro. La regulación es la expresión de la coincidencia de los intereses del Estado y lxs empresarixs.

Una ley para pocxs

A los fines de nuestra investigación, consideramos fundamental analizar la matriz de esta regulación ya que se constituyó en un eslabón fundamental para la consolidación de un sistema de medios de comunicación comercial y centralizado, que luego sería privatizado y concentrado, contrario a los estándares internacionales en materia de pluralismo y diversidad. El análisis puede contemplar múltiples aristas pero nos centraremos en aquellos puntos que afectaron directamente la libertad de expresión, que garantizaron los intereses de lxs propietarixs de los medios y que, por ende, fueron en detrimento de la democratización de la comunicación. Estos fueron:

- *Rol subsidiario del Estado*: el decreto-ley definió a los servicios de radiodifusión como de interés público y planteó un rol subsidiario para el Estado, que sólo tendría la obligación de proveer de servicios en caso de que no los preste la actividad privada.
- *Seguridad Nacional:* el artículo 7 del decreto-ley antepuso las "necesidades de la seguridad nacional" a cualquier otro objetivo de los servicios. En este sentido, este artículo afirmaba: *"Los servicios de radiodifusión deberán difundir la información y prestar la colaboración que les sea requerida, para satisfacer las necesidades de la seguridad nacional. A esos efectos el Poder Ejecutivo Nacional podrá establecer restricciones temporales al uso y a la prestación de todos los servicios previstos por esta Ley"*.
- *Licenciatarixs*: según el artículo 45 de la regulación, podían ser licenciatarixs de licencias de radiodifusión únicamente las personas físicas o jurídicas con fines de lucro, lo cual excluía a las organizaciones sin fines de lucro, como las comunitarias, populares y alternativas, las organizaciones políticas, sindicatos, etc. Este punto protegió explícitamente los intereses de lxs empresarixs privadxs, privilegiando un sistema de medios profundamente comercial y no desde una perspectiva de derechos humanos. Los únicos actores a ser considerados legítimos de producir sentidos mediatizados y de ser reconocidos por el Estado como tales fueron las empresas con fines comerciales.

[34] Uno de los artículos del decreto-ley 22.285 establece: *"Los servicios de radiodifusión deberán difundir la información y prestar la colaboración que les sea requerida, para satisfacer las necesidades de la Seguridad Nacional"*.

- *Régimen de licencias:* en el artículo 114 del decreto-ley se establece la renovación automática de todas las licencias de radiodifusión que estaban en uso por un plazo de 15 años y con la posibilidad de prórroga por 10 años más. Este artículo cristaliza también la coincidencia de los intereses de las cámaras empresarias de medios y del gobierno de facto.
- *Autoridad de aplicación*: la norma concentró el manejo de la comunicación en el Poder Ejecutivo, el cual controló los organismos de aplicación desde sus secretarías y con la creación del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER). El directorio de este último estaba integrado por miembros de las fuerzas armadas, el Servicio de Inteligencia, la Iglesia y las Asociaciones de Licenciatarios de radio y televisión -estas últimas con voz pero sin voto-.

Por otro lado, aún en este escenario de profundo retroceso para la libertad de expresión, la norma diseñada por la dictadura estableció límites a la propiedad de los medios y cierto control sobre la misma, lo cual nos permite afirmar que tuvo un carácter antimonopólico y proteccionista del sector. El artículo 46 limitó la actividad de lxs propietarixs exclusivamente a la prestación y explotación de servicios de radiodifusión, lo cual condicionó los intereses privados. A esto se sumó el artículo 45, en sus diferentes incisos, que prohibió la explotación de medios de radiodifusión por parte de empresas gráficas; también estableció un límite a la cantidad de personas físicas como socias de las empresas; prohibió la constitución de empresas ligadas a otras y el ingreso del capital extranjero a las sociedades. Se establecieron también límites a la propiedad de los medios, definiendo que unx mismx propietarix sólo podía acceder a 3 licencias de radio y TV en distintas áreas de cobertura sumada a una cuarta en zona de frontera, una frecuencia de FM y servicios complementarios en otras áreas. Además de esto, se prohibió la emisión en red.

Finalmente, el decreto-ley ordenó, a partir de su artículo 106, la privatización de todas las señales de radiodifusión en un plazo de tres años después de aprobado lo que se conoció como Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA)[35]. Este plan establecía tres etapas para la privatización de las frecuencias y el desarrollo del sistema de radiodifusión: se proponía

[35] Artículo 106: Dentro del plazo de treinta y seis (36) meses, contados desde la fecha de aprobación del Plan Nacional de Radiodifusión, y mediante el régimen fijado por el Artículo 39 de esta ley, serán ofrecidos a particulares los servicios de radiodifusión actualmente prestados a través de las estaciones:

a) De propiedad del Estado Nacional o administradas por éste, que no sean incorporadas al Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR);

b) De propiedad de Estados Provinciales y Municipales, excepto aquellas sonoras que se encuadren en lo establecido por el artículo siguiente.

Los servicios cuyas licencias no fueran adjudicadas cesarán las emisiones y sus frecuencias quedarán automáticamente incluidas en el régimen del Artículo 40, sin perjuicio de lo establecido por el Artículo 33, inciso c).

Los servicios cuya localización no esté prevista en el Plan Nacional de Radiodifusión, cesarán sus emisiones en las fechas que determine el Comité Federal de Radiodifusión.

ordenar el espectro, llamar a concurso y planificar cómo estaría compuesto el Sistema Oficial (de propiedad estatal) y el privado. Como afirman Postolski y Marino (op. cit.), fue una iniciativa positiva en términos del papel activo del Estado en la regulación -contrario al liberalismo económico promulgado- que se correspondió con una lógica de fuerte control centralizado por parte del gobierno.

Sin embargo, este plan nunca logró concretarse. El interés privado por las licitaciones que se abrieron fue escaso por los altos niveles de endeudamiento que implicaban, lo que generó tensiones, disputas y descontentos con el gobierno militar. Este, a fines de mantener una imagen estable, sobre todo en momentos de crisis, terminó suspendiendo algunos llamados a concurso, lo que terminó en 1983 con sólo 20 señales adjudicadas.

El objetivo central de la regulación fue constituir un sistema de medios de comunicación de fuerte carácter comercial pero controlado y monitoreado por las Fuerzas Armadas, a los fines del control social del "Proceso de Reorganización Nacional" y su doctrina de seguridad -en ese sentido se explica su carácter antimonopólico-. El rol del Estado fue el de controlar, censurar y elaborar políticas consensuadas con quienes debían ser reguladxs. Las políticas nacionales de comunicación elaboradas nada tuvieron que ver con las ideas de democratización sino que permitieron que el derecho a la expresión y a la comunicación se viera seriamente perjudicado. Lo único que esas políticas protegieron fue el control ideológico y el avance de la libertad de empresa.

> *Fueron ocho años donde no se respetaron, entre tantos otros derechos, el derecho a la información, el derecho a la comunicación, ni la libre expresión. Ocho años durante los cuales la sociedad fue víctima de las peligrosas relaciones que se dieron entre los medios y la dictadura (Postolski y Marino,* op. cit.*: 183).*

En paralelo al debate que se estaba dando en el mundo sobre la necesidad de un nuevo orden comunicacional, en nuestro país se abría el proceso que decantaría luego -paradójicamente en democracia- en la privatización y máximos niveles de concentración del mapa mediático de la historia argentina.

2.1.2. La efímera primavera democrática. El derecho a comunicar en el alfonsinismo

La apertura democrática argentina en 1983 estuvo enmarcada en un contexto social, político, económico y cultural sumamente complejo. El aparato productivo nacional había sido avasallado por la dictadura, dando lugar a un nuevo patrón de acumulación basado en la especulación financiera. El gobierno de Raúl Alfonsín comenzó luego de ocho años de transferencia fenomenal de recursos de los sectores populares a los sectores concentrados de la economía, con un modelo neoliberal consolidándose como hegemónico a nivel mundial (Com, 2008). Esa novedosa "revolución liberal" -que no hubiese sido posible en nuestro país sin el disciplinamiento social ejecutado por la dictadura- comenzó a instalar la idea de la

ineficiencia del Estado y la necesidad de dejar al mercado como único ordenador de la economía.

En términos políticos, la dictadura cívico militar también había calado muy hondo. La organización de la sociedad argentina había sido profundamente diezmada -aunque no derrotada- y los partidos políticos se encontraban con una situación de desorganización coyuntural (Com, op. cit.). Las instituciones democráticas necesitaban ser reconfiguradas a la luz de los nuevos desafíos y en un contexto en el cual las fuerzas armadas aún conservaban un profundo poder de fuego. El gobierno de Alfonsín tuvo que intervenir en un contexto en el cual la guerra de Malvinas y la violación sistemática de los derechos humanos habían dejado severas consecuencias. Todo esto, con una economía en estado terminal que no se logró invertir. La sociedad vivía este momento, a pesar de todo, con esperanza. La figura de Alfonsín tenía una gran legitimidad, local e internacional, y la vuelta a la democracia había significado una recuperación de libertad. Las expectativas de toda una nación estaban depositadas en la figura de un nuevo presidente, con todo lo que eso conllevaba.

Desde un principio, Raúl Alfonsín se había planteado como una opción diferente, opuesta a ese neoliberalismo triunfante en la región y el mundo, pero el desafío de abrir un proceso democrático luego de los años más oscuros de nuestro país no fue fácil. El gobierno se había convertido rápidamente, en cierta medida, en el árbitro obligatorio de múltiples conflictos sociales e intereses contrapuestos: por un lado, los sectores del poder económico concentrado, local y extranjero, que no querían dar el brazo a torcer y planeaban seguir profundizando el modelo iniciado por la dictadura; por otro lado, los sectores trabajadores que pujaban para recuperar derechos y frenar el avance del ajuste; la oposición política que, desordenada y en crisis, se concentró sobre todo en los sindicatos (Com, op. cit.); la sociedad en su conjunto que veía en la primavera democrática una promesa no sólo de recuperación de libertad sino también de estabilidad económica. Pero la primavera duró poco.

“Con la democracia se come, se educa y se cura”

Los primeros años del gobierno radical estuvieron signados por la idea, compartida por toda la sociedad post dictadura, que la recuperación de la democracia resolvería los problemas que atormentaban a nuestro país. El diagnóstico implicaba suponer que la política era prioridad y que resolvería los conflictos sociales y económicos. Desde esa mirada, se comprenden muchas de las primeras medidas del gobierno, como la sanción de los decretos 157/83 y 158/83, el 15 de diciembre de 1983, que ordenaban el juicio a las juntas militares responsables del terrorismo de Estado, y la creación de la CONADEP, con el objetivo de relevar y documentar las pruebas que dieran cuenta de la violación a los derechos humanos durante la dictadura, dando origen a lo que se conoció como el informe *Nunca Más.* En 1985, Jorge Rafael Videla y Eduardo Massera fueron condenados a cadena perpetua y otros

responsables de la dictadura a condenas menores. El juicio a las juntas se constituyó como un hecho sin precedentes internacionales, en comparación con las transiciones a la democracia de otros países de la región y el mundo.

Sin embargo, las constantes amenazas de sectores de las Fuerzas Armadas que se negaban a ser enjuiciadas, presionaron a Alfonsín a sancionar las leyes de Punto Final (1986) y de Obediencia Debida (1987), que dieron por finalizado el proceso de juicios a las juntas. Alfonsín llamó a los "carapintadas", responsables del levantamiento militar, "héroes de Malvinas" y cerró su famoso discurso en Campo de Mayo con un saludo de *"¡Felices Pascuas (...) la casa está en orden!"*.

Esto, en conjunción con las medidas económicas del gobierno y la profundización de la crisis, no hizo más que cosechar descontentos y desilusiones. La población empezó a desconfiar cada vez más y el gobierno comenzó a perder la legitimidad con la que había iniciado su mandato (Com, op. cit.), lo que se trasladó a su derrota electoral en las parlamentarias de 1987, el principio del declive radical.

Una economía que no florece

Según Sergio Com (op. cit.), el gobierno radical heredó un problema que con el tiempo demostró no poder resolverse sólo con democracia: una enorme crisis económica. Los problemas centrales tenían que ver con un aparato productivo prácticamente destruido, con una clara decadencia de la actividad económica; el crecimiento desmedido del endeudamiento[36] y cesación de pagos, debido a la incapacidad de nuestro país de generar los recursos suficientes para hacer frente a esa deuda; un retraso salarial y un porcentaje de la población en la pobreza que iba en alza[37] y, por último, un proceso inflacionario descontrolado.

Durante los primeros años de gobierno, el radicalismo se enfrentó a constantes contradicciones entre los problemas económicos originados en dictadura y la dificultad de cumplir las promesas hechas en épocas electorales. El sector financiero había sido el principal beneficiado por los militares y había adquirido ya dimensiones preocupantes. Dominaban en nuestro país la especulación y la fuga de capitales, con las cuentas nacionales en rojo e incapacidad de hacer frente al endeudamiento externo. Este era el principal límite para el gobierno, que navegó entre la desorientación y la contradicción en sus políticas, generando una caída progresiva de su legitimidad.

[36] La deuda externa de nuestro país, que a fines de 1975 era de 7.875 millones de dólares, pasó a ser de 45.087 millones de dólares al finalizar 1983. Fuente: Banco Central, Memoria 1985, pág. 147.
[37] La pobreza había aumentado del 5% en 1975 al 37% en 1982 (datos para el Gran Buenos Aires). Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Hacia 1985, con cambio de ministro de economía de por medio, las medidas económicas comenzaron a acercarse a los pedidos internacionales, que presionaban cada vez más para refinanciar la deuda a largo plazo. Otro problema apremiante que tuvo que enfrentar el nuevo ministro fue la descontrolada inflación, para lo cual diseñó el conocido Plan Austral. Sus principales medidas, que en un principio tuvieron un gran apoyo popular, fueron el congelamiento de precios, salarios, tarifas y del tipo de cambio; la creación de una nueva moneda y el compromiso de no recurrir a la emisión monetaria para financiar el déficit fiscal. El plan de estabilización tuvo un rotundo y rápido éxito, lo cual le aseguró al radicalismo el triunfo electoral en las legislativas de 1985. Sin embargo, el éxito duró poco. Hacia 1987, la inflación comenzó a crecer de forma desmedida y las distintas variables económicas mostraron un grave deterioro. El FMI no paró de presionar cada vez más hasta lograr una incipiente reforma del Estado, en línea con los mandatos del neoliberalismo dominante a nivel mundial. El Plan Austral entró en crisis y, con ello, el descontento generalizado volvió a ser la regla. Las elecciones de 1987 le mostraron al Gobierno que había perdido el apoyo popular, lo que derivó en una enorme crisis económica e institucional, que finalizó en 1989 con una salida anticipada de Alfonsín del gobierno y la llegada de un acérrimo neoliberalismo de la mano de Carlos Menem.

Sólo con democracia no se comunica

El período de gobierno radical se caracterizó, en resumidas cuentas, por promesas electorales incumplidas y por imaginarios democráticos insatisfechos. La crisis económica y política que marcó la década volvió inviable una transformación profunda de las políticas en materia de radiodifusión que se venían aplicando desde el período anterior.

En relación a medidas regulatorias, podemos nombrar algunos hechos importantes pero que no lograron finalmente transformar el mapa de medios para consolidar la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad. Cuando Alfonsín asumió como presidente, una de las primeras medidas que tomó fue la intervención del COMFER y, a través del decreto 1151/84, la suspensión del PLANARA hasta tanto no se sancionara una nueva ley de radiodifusión. En la práctica, esto implicó la suspensión de la adjudicación de cualquier licencia y, en consecuencia, un límite concreto y directo al ejercicio de la libertad de expresión.

Desde el comienzo, se habían configurado dentro del gobierno dos tendencias en relación a los medios de comunicación, que estarán en permanente disputa durante el mandato radical: un ala más vinculada a los intereses privados, representada por el delegado normalizador del COMFER, Pedro Raúl Sánchez -quien había sido Secretario de Información Pública de Chubut durante la dictadura-, y un sector, nucleado en la SIP, que impulsaba un modelo con mayor participación estatal, que descentralizara la autoridad de aplicación y

promoviera la participación de otros sectores además del comercial. Ambas tendencias se verán cristalizadas en diferentes iniciativas legales que pelearon por llegar al Congreso.

A través del decreto 1151/84, Alfonsín había conformado una comisión para el estudio de la legislación y el ordenamiento de los medios. Sin embargo, más allá de eso, durante los dos primeros años de gobierno no hubo mayores novedades en materia de radiodifusión. La combinación entre tareas más apremiantes con la vuelta de la democracia, cierta falta de iniciativa política por parte del oficialismo y la desorganización de la oposición, dieron como resultado iniciativas legales más bien individuales y aisladas[38].

Luego de los primeros años, el Poder Ejecutivo comenzó a tener más injerencia en la política de comunicación. A través de la SIP, se diseñó un proyecto de ley que planteó la dificultad de sostener los canales de televisión de Buenos Aires en manos del Estado, con tres alternativas posibles. Una de ellas, sostenía la administración de los canales en manos del PEN, lo cual continuaba con el esquema de la dictadura, con dudoso avance hacia la democratización de la comunicación. Otra de las alternativas planteaba la posibilidad de la privatización de uno de los canales, lo cual se creía tendría mayor aceptación en la opinión pública. Según Sergio Com (op. cit.), el proyecto compartía el espíritu de los modelos europeos de radiodifusión y, como una de las cuestiones claves, incorporaba la posibilidad de que los sujetos sin fines de lucro también accedieran a licencias de radiodifusión, quitándole exclusividad a los intereses privados.

En 1986, Alfonsín envió el proyecto de la SIN al COCODE[39] con el objetivo de lograr el consenso de diferentes actorxs sociales para su presentación en el Congreso. Sin embargo, este consenso nunca fue alcanzado ya que el proyecto finalmente elaborado por el COCODE no difería sustancialmente del elaborado por la SIN, lo cual generó el descontento de las empresas de medios. Las divisiones internas dentro del gobierno tampoco permitían llegar un acuerdo para lograr un éxito legislativo, hecho que tuvo una cristalización en otro proyecto de ley remitido al presidente por el COMFER -que prohibía el acceso a las licencias de los medios sin fines de lucro y si contaba con el apoyo de los privados, quienes ejercieron constantes presiones para que se sancionara una ley a su medida-.

Hacia 1987, se dio a conocer públicamente el proyecto del COCODE, que establecía los siguientes puntos:

> *Se establece el derecho a la información como complemento de la libertad de expresión. Se propone una autoridad de aplicación con un cuerpo colegiado asesorada por una junta que incluye a una cantidad importante de sectores*

[38] Ver Com, Sergio (2008). *Alfonsinismo, contexto sociopolítico y medios de comunicación* en Mastrini, Guillermo (ed.) Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004). Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2da edición.

[39] El COCODE fue un órgano asesor creado, a través de un decreto en 1085 por Raúl Alfonsín, que funcionó hasta su disolución en 1989.

sociales. Juntas regionales como autoridad de aplicación local. Descentralización en el otorgamiento de frecuencias. Creación de un sistema audiovisual gubernamental y otro estatal. Posibilidad para que cualquier persona jurídica pueda acceder a medios audiovisuales, permitiendo iguales tiempos de publicidad a aquellos que pertenecen a sociedades comerciales como a las que no tienen fines de lucro. Creación de un instituto de investigación y promoción audiovisual. Se crea la figura del defensor público. Se establece limitación a los medios gráficos (solo pueden tener el 33 por ciento de los votos y del capital de los medios audiovisuales en la misma área de cobertura principal de la publicación gráfica). Se permiten las redes que no abarquen más de 5 emisoras, pero las emisoras comprometidas no pueden cubrir más de un 30 por ciento de su emisión diaria con material de esa procedencia. Se establecen porcentajes obligatorios de producción: 15% los dos primeros años y 25% para los subsiguientes. Se permite que las emisoras no autorizadas al momento del sancionamiento de la ley puedan pedir su regulación a la autoridad de aplicación (COCODE, 1988).

Finalmente, y de manera contradictoria, el proyecto fue abandonado por el PEN en 1988, luego de enviar otro al Congreso con profundas modificaciones, centralmente vinculadas a los artículos que afectaban directamente los intereses privados, quienes ejercieron presiones constantes (Com, op. cit.). A pesar de todos los vaivenes, sin embargo, el proyecto nunca llegó a tratarse en la cámara baja, lo cual aportó también a la decreciente legitimidad del gobierno. Ante una popularidad en picada, la iniciativa del presidente en materia de medios quedó limitada a los intereses y las demandas económicas de las empresas, que terminaron siendo protagonistas en la caída del Gobierno.

2.1.3. Menemismo: derecho al lucro y libertad de empresa

No resulta en absoluto sencillo resumir lo que sucedió en nuestro país a comienzos de la década de los ‘90. No sólo por la cantidad de medidas que tomó el nuevo gobierno que afectaron y transformaron rápidamente el sistema de medios de nuestro país sino también por la profundidad de las transformaciones en general y en particular relacionadas con el sector. Con la repentina y estrepitosa salida de Alfonsín del gobierno y la llegada de Carlos Menem en 1989, los sectores privados y comerciales beneficiados en dictadura encontraron en la crisis hiperinflacionaria y de legitimidad del Estado un terreno fértil para avanzar definitivamente en las conquistas que aún tenían pendientes. El neoliberalismo que se consolidaba como hegemónico a nivel mundial pisaba Argentina “en puntitas de pie” pero, a partir de 1989 nuestro país se verá por completo sumido en sus valores y paradigmas.

Desde su asunción, Menem aplicó hasta el más mínimo detalle del plan económico redactado por los organismos de crédito internacionales, como el FMI, que diseñaron para el

mundo el mapa neoliberal que debía recorrer. El conocido *consenso de Washington* demandaba la reducción del gasto público, la privatización de los servicios en manos del Estado, la entrada irrestricta de capitales internacionales a la economía local, la liberalización del mercado financiero, la flexibilización laboral para bajar el costo del trabajo y el corrimiento absoluto del Estado como árbitro entre el capital y el trabajo. Este modelo generó una fenomenal transferencia de recursos desde los sectores populares a los sectores concentrados de la economía -una profundización del plan de la dictadura- y la reconfiguración de las relaciones de poder: lxs trabajadorxs se vieron debilitadxs -con cada vez más personas ingresando en el ejército de desocupadxs- en su capacidad de presión, de organización y de disputa. Las elites atravesaron un proceso de redefinición, con los holdings, las agencias bilaterales de crédito, los bancos y los multimedia como novedosxs actorxs del poder económico local, ahora concentrado. Este sector mantuvo, durante toda la gestión de Menem, una relación directa y de reciprocidad con el Ejecutivo. Como afirman Albornoz y otros autores (2000), todo esto fue posible, como sucedió también durante la dictadura, mediante la construcción de un consenso social favorable a las reformas aplicadas, para que la sociedad en su conjunto aceptara el brutal ajuste impuesto. Para lograr este disciplinamiento, los medios de comunicación cumplieron una tarea central. Y en la reducción de las expectativas y la desconfianza en las instituciones de la democracia, también.

Reforma neoliberal del Estado

La asunción del segundo gobierno democrático post dictadura se produjo en un contexto complejo, producto de un cúmulo de deudas pendientes del periodo de apertura democrática encabezado por Alfonsín. Entre esas promesas se encontraba el crecimiento económico y la mejora de la calidad de vida de grandes sectores de la población, que vieron en la hiperinflación de los ‘80 una clara decepción. La *década perdida* (Hopenhayn y Barrios, 2004) había finalizado con un proceso descontrolado de suba de precios, una virtual quiebra del Estado y una pérdida de confianza (Albornoz et. al., op. cit.), que puso en crisis al propio sistema democrático y aceleró la salida de Alfonsín del gobierno.

> *En este contexto de devaluaciones y remarcaciones hora a hora, de dificultades de abastecimiento, de caída vertical del poder adquisitivo de la mayoría de la población, los poderes fácticos encontraron en las capas sociales más bajas, los pauperizados, caldo de cultivo para generar estallidos sociales, que erosionaban las frágiles instituciones del nuevo orden institucional. El escenario se constituía así en otra histórica advertencia del poder desestabilizador de los grupos concentrados del país y del extranjero* (Hopenhayn y Barrios, op. cit.: 50)

Carlos Menem había desarrollado su campaña electoral conociendo ese imaginario social desilusionado y ofreciendo una solución: salariazo y revolución productiva.

Rápidamente, sus políticas demostraron una orientación más bien diferente, aunque los medios de comunicación, beneficiados por el nuevo rumbo, no lo mostraran así.

Una de las primeras medidas estructurales tomadas para revertir la crisis fue introducida en 1991 por el economista estrella de esta etapa: Domingo Felipe Cavallo. Esta, vulgarmente conocida como *convertibilidad*, tuvo el objetivo de generar un *shock* antiinflacionario a partir de la fijación del tipo de cambio, por tiempo indeterminado, a través de la sanción de una ley votada en el Congreso de la Nación. La variación del tipo de cambio había impactado históricamente en nuestro país en los precios internos y, por esa razón, la paridad "1 a 1" con el dólar estadounidense perseguía el objetivo de reducir la incertidumbre y generar estabilización. Visto desde esa perspectiva, de manera aislada, la medida fue exitosa ya que permitió combatir la inflación y mejorar la calidad de vida y el nivel de consumo de los sectores medios. Sin embargo, cuando se tienen en cuenta otras variables sociales y económicas, en un contexto de profundas reformas de corte neoliberal, el panorama se vuelve sombrío.

El 17 de agosto de 1989, Menem había hecho aprobar en el Congreso la ley 23.696 de Reforma del Estado y el 1 de septiembre la ley 23.697 de Emergencia Económica, que construían el marco regulatorio para la reducción del papel estatal en la economía y la gestión pública -o mejor dicho, su presencia a favor de los mercados y poderes concentrados-. Estas normas, que respondían a las exigencias de los organismos de crédito internacionales y el neoliberalismo internacional imperante, permitieron la privatización de las empresas de servicios públicos; el recorte de subsidios y de salarios; la apertura a las importaciones y la consecuente destrucción de la industria nacional; la entrada de capital extranjero para la "inversión productiva"[40]; la reducción del gasto público; la derogación de gran parte de la legislación laboral, acompañada de recorte de jubilaciones y reforma del régimen previsional; etc. La Argentina se había convertido en un *país de negocios* (Bulla y Postolski, 2004).

En ese contexto regresivo, la convertibilidad había significado la privación del Estado de una herramienta fundamental en política económica y estratégica. La burbuja ficcional en la que había entrado la economía sólo se sostenía con un monumental endeudamiento externo que proveyera al Estado de divisas para sostener la paridad. Dólares que fueron obtenidos también de la venta a precios irrisorios de los activos del Estado a capitales internacionales, que fugaron sin mayores controles esas ganancias en dólares a sus casas matrices. Esto convivió también con tasas de rentabilidad financieras imposibles en otros países del mundo

[40] Ley 23.697 de Emergencia Económica, Art. 15: Deróganse, exclusivamente, aquellas normas de la Ley Nº 21.382 (t.o. 1980) y sus complementarias por las que se requiere aprobación previa del Poder Ejecutivo Nacional o de la Autoridad de Aplicación para las inversiones de capitales extranjeros en el país. Se garantizará la igualdad de tratamiento para el capital nacional y extranjero que se invierta con destino a actividades productivas en el país.
Disponible en: http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/15/texact.htm

para las inversiones extranjeras, lo que generó una enorme especulación y rentas exorbitantes que no contribuyeron en absoluto al producto interno. Mientras tanto, millones de ciudadanxs eran sumidxs en la pobreza estructural, sin fuentes de trabajo y sin posibilidad de consumo.

Lxs empresarixs de medios se constituyeron en actorxs fundamentales en la construcción de ese *país de negocios* que necesitaban para consolidar su posición hegemónica, tanto en términos económicos, como también simbólicos. Fueron protagonistas principales de la legitimación social de una orientación económica que llevaría al país a su debacle, así como fueron también sus principales beneficiarixs.

Comunicación y negocios: dos caras de la moneda neoliberal

La sanción de un nuevo marco normativo para las comunicaciones de nuestro país, que deje atrás la ley de la dictadura, no se abordó en esta etapa de manera explícita. Fue contemplada de manera "indirecta" (Rossi, op. cit.) en la Reforma del Estado y la Emergencia Económica que, como afirmamos previamente, definieron el marco jurídico para la desregulación de los mercados, las privatizaciones y el corrimiento del Estado. Los medios de comunicación, por supuesto, no sólo no fueron la excepción sino que fueron uno de los posibilitadores -con lobby incluído- para que esas transformaciones neoliberales se produjeran. La política, y con ello la normativa, se había reformado y producido a medida de quienes debían ser reguladxs, para su absoluto y exorbitante beneficio.

> *[...] la desarticulación de emprendimientos estatales a través de los programas de privatización, particularmente en las comunicaciones, se consolidó a la sombra de una nueva fracción hegemónica que combinó capital financiero internacional, operadores internacionales de servicios públicos y capital nacional (Albornoz et al.:2000) y redujo definitivamente la política a condición de subsistema de la economía* (Albornoz y Hernández, op. cit.: 258).

Una de las medidas inconclusas que retomó Carlos Menem fue la privatización de los canales de televisión 11 y 13 y las radios LR3 Belgrano y LR5 Excelsior, que habían sido gestionadas por el Estado durante más de 15 años[41] y que pasaron rápidamente a manos de los que se constituirían como los dos multimedios más importantes de la radiodifusión argentina a fines del siglo XX (Rossi, op. cit.; Albornoz y Hernández, op. cit.).

Otra de las muestras del rol del Estado en beneficio de lxs privadxs comerciales, en detrimento de la democratización y el pluralismo, fue la falta de elaboración de políticas públicas de consenso, que se discutieran en el parlamento nacional. No hubo lugar, por falta

[41] El Canal 2 y Canal 9 ya habían sido privatizados en 1983, por una decisión del general Bignone, tomada poco antes de las elecciones.

de voluntad política del Ejecutivo y por presión de los intereses privados, para reformular el Decreto-Ley 22.285 pero si para introducirle modificaciones, sobre todo a través de decretos de necesidad y urgencia, que profundizaron la liberalización de los mercados de comunicaciones y, con ellos, la consolidación de multimedios que nada aportaron a la diversidad de voces. A través de la Ley de Reforma del Estado de 1989, no sólo se abrió paso a la privatización sino que se introdujeron reformas claves en relación a la estructura de propiedad de los medios: Se eliminaron las restricciones que establecían un límite de 3 licencias de televisión o radio a una misma persona física o jurídica (art. 43 inc. c); las que prohibían que pudieran presentarse a concurso de una nueva licencia propietarixs o socixs de diferentes sociedades de radiodifusión y propietarixs de medios gráficos (art. 45 inc. e); se permitió que sean licenciatarios empresas o personas ligadas a otras actividades económicas diferentes a la radiodifusión y la constitución de sociedades integradas a otras sociedades (a través de la eliminación de las disposiciones de los art. 46 inc. a) e inc. c) respectivamente). Estos cambios en la estructura de propiedad transformaron rápida y profundamente el mapa mediático de nuestro país hacia uno cada vez más comercial y concentrado (Rossi, op. cit.).

Esa orientación se encontró también con otro vehículo habilitado por el menemismo: la desregulación del mercado mediático y la entrada de capitales extranjeros. Desde abril de 1994, los medios locales comenzaron a conformar alianzas, a vender acciones o a fusionarse con estos capitales, en búsqueda de inversiones para hacer frente a las innovaciones tecnológicas en contexto de convergencia. Estas operaciones se llevaron a cabo a pesar de que el Decreto-Ley 22.285 las prohibía explícitamente (art. 45) y fueron legitimadas por una norma posterior, la Ley 24.124, que entró en vigencia en octubre de 1994. Esta ratificaba un Tratado de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones -aunque nunca fue tan recíproca- con Estados Unidos. Este hecho fue uno de los tantos en los que el Estado no sólo no controló ni reguló los intereses privados sino que legisló en su favor, luego de que estos cometieran violaciones a la normativa vigente.

Los medios de comunicación que aún eran gestionados por el Estado (Radio Nacional y ATC) no ofrecieron tampoco ninguna alternativa para la producción o difusión de programación con una lógica diferente a la privada comercial. Las radios del interior del país aumentaron la cantidad de horas de programación en cadena y los medios en general comenzaron a incluir publicidad comercial, a pesar de que ambas cuestiones estuvieran prohibidas por la legislación vigente. Para ello, se sancionaron DNU que lo permitieron, lo cual produjo la pérdida de una lógica de producción sin influencia de anunciantes (Rossi, op. cit.). La producción y distribución de contenidos se vio también profundamente modificada por las

lógicas comerciales: codificados, comercialización prepaga de partidos de fútbol[42], selección por rating, multicines, programas enlatados, etc.

El poder Ejecutivo sancionó en 1999 el Decreto 1005 que legitimó legalmente la concentración de la propiedad en un mercado oligopólico e internacionalizado, a pedido de los grandes grupos que necesitaban *normalizar* su situación. Este decreto permitió la entrada de capitales extranjeros para los países que hayan firmado Tratados de Reciprocidad con Argentina; amplió el límite de licencias por operador de 4 a 24, lo que permitió la concentración; autorizó la transmisión en cadena, aumentar los minutos de pauta publicitaria y las restricciones impuestas a la misma y permitió la transferencia de licencias, expresamente prohibida en el Decreto-Ley de la dictadura.

La intervención activa del Estado al servicio de los intereses privados y comerciales tuvo profundas consecuencias en el sistema mediático, muchas de las cuales persisten hasta hoy. Cuando los militares sancionaron el Decreto-Ley 22.285 seguramente no imaginaron que, en democracia, se concretaría y profundizaría de hecho un sistema de medios centralista, privado y concentrado, a través de reformas parciales de aquellos artículos que limitaban a lxs actorxs privadxs comerciales. Estxs, a través de su poder de lobby, dado también por su enorme poder simbólico de instalación de agenda pública, presionaron constantemente para que cambien en su favor las reglas del juego y se encontraron con un Estado que no ofreció la más mínima resistencia, que ignoró las infracciones normativas o incluso reguló a su favor. De más está decir que no se encuentran en la década medidas orientadas al pluralismo, al desarrollo de los medios públicos como alternativa o a la participación de lxs ciudadanxs, quienes fueron consideradxs como merxs consumidorxs o espectadorxs (Rossi, op. cit.).

Otra de las consecuencias de las políticas neoliberales en relación a las industrias culturales fue la conformación de dos grupos multimedios: Telefé -a partir de la adjudicación del canal 11 de Buenos Aires, la incorporación de Radio Continental y luego su incorporación al negocio de la TV por cable- y Clarín -con la suma del canal 13 al diario de mayor tirada nacional, Radio Mitre, Multicanal en la TV por cable y otras ramificaciones-. Coincidimos con Rossi cuando enmarca estas transformaciones en la siguiente reflexión de Azpiazu (2002):

> *La urgencia privatizadora, la amplitud de sus realizaciones, los elevados niveles de concentración de la propiedad de las empresas privatizadas, las garantías normativas y/o regulatorias de obtener beneficios extraordinarios, la transferencia de capacidades decisivas en cuanto a la delimitación de la estructura de precios y rentabilidades relativas, las discontinuidades normativas y regulatorias, las fragilidades institucionales son componentes esenciales y funcionales al exitoso*

[42] En 1991, la Asociación Argentina de Fútbol firmó la comercialización de la transmisión de los partidos con la sociedad anónima Televisión Satelital Codificada (Rossi, 2008).

> *intento de conformar y afianzar sólidas articulaciones de intereses hegemónicos en la reconfiguración de los sectores de poder en la Argentina, como expresión de un régimen de acumulación del capital creciente y concentrador en lo económico, y excluyente en lo social* (Rossi, op. cit.: 238-239).

Muchxs autorxs (Bulla y Postolski, 2004; Rossi, 2008; Albornoz y Hernández, 2008) coinciden en que hubo un segundo momento en la década menemista, de 1995 al 2000, en el cual se continuó el rumbo político y económico del primer quinquenio, en sintonía con el *establishment*, pero con una alianza de los sectores hegemónicos que comenzó a resquebrajarse: los intereses otrora coincidentes entre los grupos económicos nacionales, las empresas extranjeras y la banca internacional no fueron, en el resto de la década, siempre tan coincidentes. Este segundo momento estuvo caracterizado por el aumento de la presencia de capitales extranjeros en la estructura de propiedad de los medios de comunicación y por la conformación del sector en una economía de escala. Este proceso de divergencia de los intereses dominantes se aceleró a partir de la crisis económica que comenzó en 1998 y que decantaría, finalmente, en el cambio de signo político en las elecciones de 1999 y luego en el estallido económico y social del 2001.

2.1.4. El Gobierno de la Alianza: más endeudamiento y estallido de la crisis

La crisis económica que inició en 1998 fue dejando al descubierto las debilidades de la convertibilidad como sistema económico/financiero, las irrealidades sobre las que se había sustentado y las profundas consecuencias sociales que ya había generado y se agravarían los años subsiguientes. El combo de un desmesurado nivel de endeudamiento externo que, lejos de traducirse en una reconversión y expansión del aparato productivo nacional, solamente fue alimento de una burbuja financiera; un tipo de cambio completamente irreal y sobrevaluado, que alentaba una feroz fuga de capitales hacia el extranjero, ayudada por la desregulación estatal; la fuerte caída de la actividad productiva en general, herida de muerte por la indiscriminada apertura a las importaciones y con su consecuente impacto en el alza del desempleo y la exclusión de importantes sectores de la sociedad, fue llevando hacia una recesión que haría implosionar el sistema y sumiría a la Argentina en la peor crisis económico/social de su historia.

Las elecciones presidenciales de 1999 expresaron el humor social frente a esta situación. El agotamiento de la experiencia peronista de la última década allanó el camino para una renovación del signo político en el gobierno. Así fue que resultó elegida la fórmula que encabezaba el radical Fernando De la Rúa, acompañado por el peronista Carlos “Chacho” Álvarez. La coalición que los impulsaba se denominó Alianza para el Trabajo, la Justicia y la Educación, y estaba compuesta principalmente por el radicalismo y sectores del peronismo críticos con la orientación del gobierno menemista que encabezaban el FREPASO, que incluía

sectores del Socialismo, la Democracia Cristiana y otros. Esta expresión de unidad de sectores políticos de diferentes procedencias fue posible debido a la necesidad de un cambio que un enorme porcentaje de la sociedad reclamaba. La campaña presidencial mostraba a un De la Rúa serio y austero, alejado de la imagen exuberante y despilfarradora del Presidente Carlos Menem, y se enfocaba en la renovación de la percepción de la esfera política que tenía la sociedad, asociada a la "pizza con champagne" y corrupción del menemismo.

Sin embargo, y a pesar de las promesas de renovación, en Octubre de 2000 y a menos de un año de elegido el nuevo Gobierno, se dio su primer quiebre político: la renuncia del Vicepresidente Carlos "Chacho" Álvarez en medio de denuncias por corrupción interna en el Senado nacional, particularmente para la sanción de una reforma laboral conocida como Ley Banelco. En su discurso de renuncia Álvarez aducía una "crisis terminal de la forma de hacer política, en la relación entre el poder político y el poder económico, y del vínculo entre la política y la gente"[43], describiendo el clima de época de fuerte escisión entre los sectores de la política y la sociedad civil, que la Alianza no solo no lograba revertir sino que profundizaba.

Para finales de ese año el peso de la deuda contraída y sus intereses, sumados a la recesión económica, aplastaban las cuentas nacionales. Frente a esto, la solución del gobierno de la Alianza fue recurrir a todavía más endeudamiento a través de un acuerdo con el FMI. El préstamo del organismo crediticio era de cuarenta mil millones de dólares, pero imponía importantes condiciones a la política interna Argentina, entre las que sobresalían una reforma previsional que eliminaba la Prestación Básica Universal, y fuertes recortes en la administración y el gasto público. La medida fue presentada a la sociedad como el *Blindaje 2001*, y prometía proteger al sistema financiero para evitar movimientos especulativos y fugas de capitales, a la vez que se destinarían importantes porcentajes a la obra pública con el fin de reactivar la economía. Por supuesto, lo que ocurrió fue todo lo contrario.

Para fines del 2001, el Gobierno se encontraba en un cuello de botella. Todos los indicadores económicos habían empeorado a pesar de que el país se había comprometido con más deuda que antes. Las dificultades de sostener la convertibilidad eran cada vez mayores y las presiones del sector financiero y el FMI, sumadas a las incapacidades internas del Gobierno, llevaron al Presidente De la Rúa a designar como Ministro de Economía a quien había sido emblema de la política económica de los noventa: Domingo Felipe Cavallo volvía a tomar las riendas de la economía del país. La salida a la encerrona en la que se encontraba el sistema económico fue, nuevamente, mayor endeudamiento. Esta vez la operación se denominó *Megacanje*, y consistió en el canje de cuarenta y seis bonos de deuda por otros cinco bonos que tenían vencimientos hasta el 2031. El objetivo que declararon las autoridades

[43] RaroVHS [Canal 2]. (2017, 19 marzo). Renuncia Chacho Álvarez discurso completo TN 06/10/2000. [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=sEXR_xAG-Sc

fue extender los plazos de vencimiento y así alivianar el peso que los intereses de la deuda significaban para el presupuesto nacional en ese momento.

Pero nuevamente las corridas bancarias pusieron en jaque al sistema financiero y la paridad cambiaria, que ya se volvía insostenible. Por su parte, los desesperados intentos del Gobierno por contener la crisis que estaba en puertas de explotar, como fueron el tremendo recorte del gasto público y la limitación al retiro de depósitos bancarios para toda la población conocida como *corralito*, solo agravaron la situación social que terminó de estallar entre el 19 y 20 de Diciembre de ese año, llevándose puesto el gobierno de la Alianza. La imagen de De la Rúa abandonando la Casa Rosada en helicóptero, mientras a metros suyos las fuerzas de seguridad reprimían al pueblo que se manifestaba en la plaza, con un saldo de más de una treintena de muertxs, quedó para la historia como un símbolo de época: la clase política dando la espalda indiferente frente a la represión a una sociedad que, luego de años de soportar políticas excluyentes y un sistema corrupto que solo beneficiaba a lxs poderosxs, ponía su cuerpo hasta las últimas consecuencias para terminar con esa Argentina de pocxs.

El 20 de diciembre, con la renuncia de De la Rúa, inició un período de diez días en los que Argentina tuvo cinco presidentes diferentes, que culminó el 1 de enero de 2002 con la convocatoria a una nueva Asamblea Legislativa que designó como Presidente de la Nación a Eduardo Duhalde. En este contexto de inestabilidad política e institucional y de crisis económica fue inviable cualquier política de comunicación aunque los medios privados, afectados profundamente por la crisis, salieron a presionar a cada uno de los gobiernos en búsqueda de respuestas y salvatajes, que se cristalizaron en medidas concretas en los gobiernos subsiguientes.

2.1.5. La salida de la convertibilidad: el Estado al rescate de lxs poderosxs

El 6 de enero del 2002, cinco días después de haber asumido el nuevo Gobierno, se sancionó una Ley que daba por terminada la convertibilidad, eliminando la paridad peso/dólar y estipulando los términos generales de la salida del sistema. El nuevo tipo de cambio oficial se fijó inicialmente en $1,40 por dólar, pero en el transcurso del año llegó a superar los $3 por cada unidad de la moneda estadounidense. Esto generó un tremendo impacto en la economía del país, fundamentalmente en los sectores medios y populares, que vieron seriamente afectado su poder adquisitivo por la fuerte devaluación. Pero también generó tensiones en los sectores económicos dominantes: los sectores exportadores, que pujaban por la salida devaluacionista que incrementaría sus márgenes de ganancia, y las empresas de servicios públicos y todas las que tenían sus recaudaciones en pesos argentinos pero estaban endeudadas en dólares. Los grandes grupos comunicacionales del país se encontraban entre los segundos. Sus ingresos provenían del mercado interno y eran en pesos, pero durante la

década menemista, en la que aprovecharon la coyuntura política para expandirse,lo hicieron financiandose fuertemente con deuda contraída en el extranjero[44] (Bulla y Postolski, op. cit.).

A este rompecabezas de sectores del poder se le sumaba la presión externa del FMI, a quien el gobierno de Duhalde volvió a recurrir en busca de financiamiento para una economía que mostraba una pequeña reactivación producto de la devaluación pero que no podía sostener por sí sola un régimen de flotación cambiaria que pretendía el Fondo luego de una década de paridad peso/dólar. El nuevo gobierno administró este conflicto intentando conciliar los intereses de las distintas fracciones del capital nacional entre sí y con los organismos crediticios internacionales, descargando todo el peso de la salida de la convertibilidad vía devaluación en los sectores bajos y medios, que fueron quienes financiaron este proceso pagando los aumentos de precios[45] con salarios que prácticamente no se modificaron (Bulla y Postolski, op. cit.). Sin embargo, el FMI tenía más condiciones a imponer para seguir financiando al país.

El organismo internacional presionó para que se modificara la Ley de Quiebras, incorporando el mecanismo de "*Cram down"* por el cual una empresa endeudada puede canjear acciones por deuda con sus acreedores para evitar su quiebra. El problema de esto consistía en que, con el contexto de gran endeudamiento externo de muchas empresas del país, permitir esta herramienta significaba abrir la puerta a la extranjerización de las mismas y, por lo tanto, a un mayor grado de extranjerización de la economía ya que el capital extranjero podría pasar de ser acreedor a ser propietario de acciones.

Efectivamente el FMI logró esa modificación, frente a la cual los grandes grupos comunicacionales -Clarín y La Nación- plantearon la necesidad de una excepción, aduciendo una importancia estratégica del sector de las industrias culturales y los medios de comunicación (Bulla y Postolski, op. cit.). Duhalde negoció con lxs propietarixs de los grupos mediáticos pero la situación de crisis económico-social del país aceleró su salida, pautada originalmente para el 10 de Diciembre del 2003. Pero dejaría el gobierno con este acuerdo encaminado y habiendo sancionado otro decreto importante para el sector: el 1269/2002, mediante el cual se modificó la Ley de Sociedades Comerciales, para evitar que una empresa con pérdidas del 50% de su capital y un patrimonio neto negativo fueran disueltas (Bulla y Postolski, op. cit.). La situación de los grandes grupos mediáticos se encuadraban aquí, con un patrimonio golpeado por el incremento del valor en pesos de sus pasivos en dólares y sus ingresos ahora pesificados a un valor devaluado. Los números son elocuentes: para finales del 2001, la deuda de América ascendía a 67 millones de dólares, la de La Nación a 100 millones y la del Grupo Clarín a 1000 millones (Baladrón, 2009).

[44] Cabe aclarar aquí que las deudas en dólares con el sistema financiero local fueron pesificadas.
[45] Como afirman Bulla y Postolski (op. cit.), en ese período, la canasta básica se incrementó en un 100%.

La (no) gestión de los medios públicos

La fuerte inclinación del gobierno de Duhalde hacia el salvataje de los medios privados comerciales tuvo también su correlato en una política de medios públicos que lejos estuvo de buscar su promoción y crecimiento en vías de desarrollar un mapa mediático más diverso. Sólo se destaca la creación de un "multimedios estatal" que agrupó a distintos medios públicos bajo la figura de SNMP, a pesar de que la misma respondió solamente a la intención de reducir la inversión en los mismos ya que, lejos de unificarse bajo una misma conducción, mantuvieron administraciones separadas (Baladrón, op. cit.). Por otro lado, el sector sufrió una importante falta de financiamiento por parte del Estado. Para 2002 se asignaron entre 41 y 46 millones de pesos como presupuesto (no se publicó la cifra exacta), lo cual sólo alcanzó para pagar los sueldos de lxs trabajadorxs del sistema. Todos los gastos operativos, los impuestos, la inversión en programación fueron, por necesidad, financiados a través de la venta de espacios publicitarios (Baladrón, op. cit.) lo cual, como sucedió durante el menemismo, contradice el principio de independencia económica de este sector de medios con respecto a lxs anunciantes. Se los puso así en una situación de competencia por el rating con los medios privados, es decir bajo una lógica mercantil, alejándolos de los objetivos sociales, educativos, democráticos y pluralistas que deberían tener. Esta situación, sumada a la ilegalidad en la que seguían sumidos los medios comunitarios y sin fines de lucro, terminaba de conformar un mapa que tendía cada vez más a la concentración de voces en desmedro del pluralismo, que mostraba a los medios privados y particularmente a los grandes grupos como los únicos ganadores de este período de transición en el área de la comunicación. Se reforzaba así un mapa de medios oligopolizado, e incluso se sentaban bases para su profundización en el corto y mediano plazo.

La salida de Duhalde

La fenomenal pérdida de poder adquisitivo producto de la devaluación relegó a la pobreza a más del 57% de lxs argentinxs y a la indigencia al 27,5%, según cifras del INDEC de Octubre de 2002[46]. Las protestas en forma de cacerolazos, asambleas y piquetes en calles y rutas se multiplicaron por todo el territorio nacional, con un fuerte epicentro en el conurbano bonaerense. El 26 de junio de 2002 un intento de corte del puente Pueyrredón fue brutalmente reprimido por la Policía Federal, la Policía Bonaerense, Gendarmería Nacional y la Prefectura Naval Argentina. El saldo de la represión conocida como *"la masacre de Avellaneda"* fueron decenas de heridos y dos militantes sociales, Maximiliano Kosteki y Darío Santillán,

[46] "El nivel de pobreza es cada vez más alto: 57,8% de la población", *Clarín*, 1 de febrero de 2003. Disponible en: https://www.clarin.com/economia/nivel-pobreza-vez-alto-578-poblacion_0_S1ifc5GlCte.html

asesinados. La orden de reprimir provino del poder político, lo cual empeoró profundamente la imagen y la legitimidad del Gobierno. La situación social se tornó insostenible y el fusible fue adelantar las elecciones a abril del 2003. En las mismas, resultó ganador el ex Presidente Carlos Menem, pero cosechando un magro 24%. El segundo candidato más votado fue Néstor Kirchner, quien obtuvo el 22% de los votos. Estos resultados llevaron a un ballotage, frente al cual prácticamente todas las fórmulas que no accedieron al mismo manifestaron su apoyo al Gobernador de Santa Cruz, reflejando el ánimo social que rechazaba la vuelta del ex Presidente Menem, asociándolo a la situación de crisis. Esto, sumado a que todas las encuestas daban como ganador a Kirchner por amplia diferencia, llevaron a Menem a bajarse de la segunda vuelta electoral, consagrando así a Néstor Kirchner como Presidente para el período 2003-2007. Comenzaba un nuevo capítulo en la historia argentina, que tendría en los vaivenes de la relación entre Gobierno, Estado y grupos privados comunicacionales un rasgo distintivo y profundamente identitario.

2.2. Los medios *truchos*[47]

Mientras se desarrollaba en nuestro país un sistema de medios comercial, centralizado, concentrado y privatista, los sectores excluidos de ese sistema fueron encontrando sus formas de organización y construcción de herramientas para ejercer su derecho a la expresión y a la comunicación, sistemáticamente negado por la coincidencia de las políticas públicas con los intereses privados concentrados. En las líneas que siguen, describiremos en profundidad el desarrollo del sistema de medios alternativo, comunitario y popular que se dió “en espejo” y en respuesta a esas lógicas de exclusión.

2.2.1. Democratizar la comunicación para transformar la sociedad: los ‘80

La apertura democrática también produjo una transformación, ignorada en gran parte por el Estado, que fue el surgimiento de medios, en su mayoría radios[48], que se denominaron alternativos, comunitarios o populares. La esperanza y las expectativas generadas por el fin de la dictadura, luego de ocho años de silencio forzado, produjeron en nuestra sociedad un contexto[49] de movilización y de participación en el cual se enmarca el surgimiento de estas experiencias comunicacionales.

---

[47] En referencia a Kejval, Larisa (2009). *Truchas: los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares argentinas.* 1a ed. Buenos Aires, Prometeo Libros.

[48] Para ese momento, más del 90% de los hogares de nuestro país contaba con un receptor de radio, lo cual convertía a este medio en una herramienta potente en la búsqueda de masividad y penetración (Baranchuk, 2011).

[49] Otro factor a tener en cuenta para pensar el surgimiento de estos nuevos medios fue la incorporación en nuestro país de la tecnología FM. Las transmisiones de ondas hertzianas en frecuencia modulada implica la utilización de equipamiento mucho más económico y, por lo tanto, accesible a las organizaciones que impulsaron estos proyectos comunicacionales (Kejval, 2009).

En Córdoba, fue una radio comunitaria la que difundió, de manera constante y sin censura, cuarteto. Fueron las radios de los pueblos originarios, en el sur de nuestro país, en Santiago del Estero y en zonas de frontera, las primeras en dar espacio a las culturas, lenguas y demandas de estos pueblos. Fueron las emisoras de las grandes ciudades de nuestro país las primeras en abrir la participación de vecinxs, que no podían acceder a los medios comerciales, quienes se convirtieron en fiel audiencia y se apropiaron profundamente de estos medios. Periodistas censuradxs en los medios comerciales, mujeres, niñxs, campesinxs, trabajadorxs y estudiantes se animaron a crear sus propios espacios de expresión ante la ausencia del Estado (Baranchuk, 2011).

La normativa vigente en radiodifusión impedía el acceso de estos sectores sociales a licencias de radiodifusión, lo que implicó, lenta pero contundentemente, una mayor demanda de espacios de expresión y participación (Com, op. cit.). Vastos sectores de la población no habían encontrado hasta ahora estos espacios en los medios existentes y el sistema, fuertemente orientado hacia la lógica comercial, con una estructura de propiedad ya concentrada -y medios públicos muy débiles-, era un obstáculo para ejercer el derecho a la comunicación dentro de los marcos legales. A esto se sumaba también la lógica comercial de organización interna del trabajo de los medios tradicionales; el carácter internacionalizado de sus contenidos; su concentración geográfica en zonas con mayor capacidad de consumo; su carácter verticalista y unidireccional; y su estrecho vínculo con los sectores dominantes de nuestro país, que plantean representaciones dominantes de lo real.

Por esto, estas experiencias se expandieron por todo el territorio sin permiso ni regulación que las ampare y, por lo tanto, que las fomente. Entre 1983 y 1989, pasaron de haber 150[50] radios a 2200 en todo el país. Lxs empresarixs de medios las llamaron *truchas*, clandestinas, o piratas por ocupar frecuencias sin permiso legal, aunque estos medios nunca naturalizaron situaciones de clandestinidad ni construyeron sus espacios desde una lógica de lo ilegal.

> *Al principio, en tiempos de florecer democrático, las denominadas "radios truchas" eran vistas con cierta simpatía por amplios sectores políticos y sociales. Pero con el tiempo -y en la medida en que pudieron sostenerse-, muchas fueron incomodando al poder. Las nuevas radios comenzaban a competir en el mercado publicitario local y posibilitaban la expresión de sectores hasta el momento silenciados por las menos de cien radios permitidas por el PLANARA al fin de la dictadura. Así comenzó la persecución con cierres y decomisos de radios* (Busso y Jaimes, 2011: 37).

[50] No hay un consenso sobre cuántas radios había hasta el momento (Kejval, 2009).

La política de medios de la dictadura, de privatización y de consolidación de una lógica comercial, y la falta de iniciativa y voluntad política durante los ‘80 para derogar el decreto ley 22.285 y sancionar una nueva norma, fueron obstáculos concretos para la incorporación de los medios sin fines de lucro al mapa mediático[51]. Esta política de comunicación llevada adelante por los Estados, que nada tenía que ver con la democracia, la participación y el pluralismo, era coherente con los proyectos político culturales de los sectores concentrados del poder, que no hicieron más que profundizar tanto en términos comunicacionales como también sociales, políticos y económicos, la desigualdad y la exclusión.

En este marco, es importante comprender el rol que quienes llevaron adelante estos medios le otorgaban a su práctica. Como afirmamos previamente, estos medios fueron considerados como instrumentos o como espacios fundamentales en la disputa cultural y, con ello, en los procesos de cambio. En un contexto en el que las políticas llevadas a cabo por la dictadura cívico militar habían iniciado un profundo proceso de descomposición social, que no fue posible revertir con los avatares del gobierno alfonsinista,

> *[...] el surgimiento de las radios comunitarias, alternativas y populares puede ser interpretado como parte del proceso por el cual un conjunto de actores sociales comenzaron a preguntarse -o, en algunos casos, a repreguntarse- por el rol de la comunicación y la cultura en los procesos de transformación social* (Kejval, 2009: 41).

Estas experiencias habían encontrado en el Estado, en los ‘80, un enemigo directo a sus intereses y los intereses del pluralismo y la diversidad. Las PNC habían fracasado rotundamente en nuestro país, dejando como única alternativa de participación la proliferación de experiencias al margen de la legalidad pero, sobre todo, de lo dominante. El motor de estas prácticas fue la democratización de la comunicación pero también de la sociedad en su conjunto (Kejval, op. cit.). Esta potencia democratizadora adjudicada a los medios sin fines de lucro suponía, sobre todas las cosas, la demanda de una nueva ley de radiodifusión que, contra la orientación imperante en nuestro país, considerara a la comunicación como un derecho humano. Esta demanda fue una de las principales articuladoras de estas experiencias, que en esta década comenzaron a organizarse en redes y asociaciones, como ARCO en 1987.

La demanda de una nueva ley no se limitaba al interés de estos medios por ser considerados sujetos legales por el Estado sino también la transformación y consecuente democratización de las políticas de comunicación en su conjunto, al igual que lo demandaban otros sectores sociales como los sindicatos, las carreras de comunicación y de periodismo,

[51] Como dijimos previamente, el decreto-ley 22.285, a través de su art. 45, prohibía explícitamente que las sociedades licenciatarias fueran no comerciales.

políticxs, profesionales e intelectuales del campo. Estos sectores demandaban una nueva normativa que cumpliera las deudas de la democracia en relación a la comunicación: acceso y participación de diferentes sectores de la sociedad, una estructura de propiedad que incluyera a los medios *privados sin fines de lucro*, además de los medios públicos y los privados con fines de lucro, y por ende una ley que garantizara la pluralidad de voces (Kejval, 2016).

Otra de las demandas que articuló a las distintas experiencias de medios fue la demanda de *participación*, en oposición a la idea vertical, jerárquica y unidireccional de la comunicación hegemónica. También en oposición a la exclusión del sistema de medios de los sectores sociales que originaron las experiencias comunitarias, alternativas y populares y su iniciativa y derecho a gestionar sus propios medios, en rebeldía a la concentración imperante. En oposición también a las voces homogeneizadas de los medios comerciales, para incluir la palabra diversa tanto en los contenidos como en la propia organización y gestión de los sin fines de lucro.

> *De esta manera, la libre expresión, erigida como pilar de los medios privados comerciales contra la intervención del Estado en el funcionamiento de las empresas periodísticas, extendió sus límites, fue recuperada y resignificada. La libre expresión se convirtió, entonces, en el derecho de los sectores excluidos de los medios de comunicación a decir sus palabras y a compartir sus músicas, sus historias, sus reivindicaciones y sus denuncias. En este sentido, las nuevas radios comunitarias, populares y alternativas se identificaron desde su surgimiento con la expresión de las voces que no sonaban en las otras radios: las de los vecinos y vecinas, las de los jóvenes, las de las mujeres, las de los estudiantes, las de los trabajadores, las del pueblo* (Kejval, 2016: 115-116).

2.2.2. De democratizar a resistir e intentar incidir: los ‘90

A partir de la década de los ‘90, el vínculo entre los medios sin fines de lucro y el Estado no mejoró en absoluto. Más bien se profundizó la exclusión ya que no sólo no se desarrollaron políticas públicas que incorporaran a estos actores al mapa de medios de manera legal sino que el Estado lució sin tapujos sus vínculos y compromisos con los sectores concentrados del poder mediático. Incluso, en muchas oportunidades, esos vínculos llevaron a la persecución y decomiso de equipos de medios sin fines de lucro que “ocupaban frecuencias de manera ilegal”.

Hacia fines de los ‘80, ya había en nuestro país casi tres mil radios sin licencia y sin permiso legal[52] y el espectro radioeléctrico, sobre todo en las grandes ciudades, estaba

[52] Fuente: Villamayor, Claudia. Informe Nacional Argentina. ALER. 2000.

saturado. En todo el país, estos medios comenzaron demandas judiciales para declarar la Ley de Radiodifusión vigente como inconstitucional por su carácter discriminatorio. Ante la contundencia de esta situación, la única "solución" que el Ejecutivo planteó fue el art. 65 de la Ley de Reforma del Estado, que facultaba al Poder Ejecutivo a tomar medidas para regular la situación de todos esos medios que no se encontraban "*encuadrados en las disposiciones vigentes"*. A partir de esta norma, que derogaba los incisos a) y c) del artículo 46 del decreto-ley de la dictadura, el gobierno comenzó un registro de radios FM que estuvieran en situación irregular. A algunas de esas radios se les otorgó un PPP a través del Decreto 1357/89 que brindaba un mínimo reconocimiento legal, con el pago de impuestos como contraprestación, aunque no implicaba el acceso a una licencia. Cada radiodifusorx debía, según lo dispuesto, inscribirse en este registro para poder seguir funcionando o, de lo contrario, entraría en la categorÌa de *clandestino*. Sin embargo, estos permisos sólo fueron entregados a medios con fines de lucro, tal como lo disponía el Decreto-Ley 22.285, excluyendo a las emisoras sin fines de lucro (Kejval, 2016).

Si bien este registro de emisoras se llevó a cabo, no se cumplió con el artículo 1 de esa misma norma que establecía un plazo de 60 días para confeccionar un plan técnico nacional de frecuencias que habilitara el llamado a concursos, respetando la ley. De esta manera, se produce un incumplimiento de las normas propuestas por parte del propio Estado, limitando el derecho a la comunicación a través de la adjudicación de una licencia.

En paralelo a esto, ante la denuncia de las radios privadas y comerciales realizada sobre los medios "truchos" que ocupaban ilegalmente el espectro, el Estado adoptó, durante toda la década de los '90, una política de persecución, clausura y decomiso de equipos. En 1991, mediante el Decreto 859/91, el Ejecutivo ordenó el cierre de todas las emisoras de frecuencia modulada y el llamado a concurso para esas frecuencias, concursos que el propio COMFER había declarado inviables por la falta del Plan Técnico que no había sido realizado durante el año anterior.

En 1992, se sancionó el Decreto 890/92 mediante el cual el Ejecutivo exigió al Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos que confeccionara el Plan Técnico de Frecuencias dentro del plazo de 90 días, lo cual nuevamente no se cumplió. En 1993, el COMFER propuso, mediante la Resolución 341/93, la actualización de los PPP establecidos por el decreto 1357, pero la actualización se hizo sobre la potencia y la frecuencia ya utilizadas, lo cual no resolvió la "guerra de frecuencias" que se venía desarrollando (Busso y Jaimes, op. cit.).

Estas medidas sólo se comprenden si se las enmarca en un contexto en el que el Estado, como explicamos previamente, legisló y reguló en favor de quienes debían ser controladxs, profundizando un sistema de medios comercial, privatista, concentrado y

transnacionalizado, que dejaba escaso lugar para proyectos de comunicación diferentes[53]. En este marco, el debate que había proliferado en décadas previas sobre las PNC y una comunicación democrática y participativa fue mermando, en paralelo a que fue mermando también el surgimiento de medios sin fines de lucro, si lo comparamos con la década anterior (Kejval, 2009). Las políticas aplicadas durante el gobierno menemista -no sólo las relacionadas a la comunicación- que profundizaron el neoliberalismo en Argentina y, con ello, la exclusión social, diagramaron un escenario profundamente adverso a los objetivos y proyectos político culturales que tenían los medios sin fines de lucro. La sensación de no poder penetrar un Estado al servicio de lxs poderosxs fue moneda corriente en esta época. Esto llevó a que muchos de estos medios -y quienes los llevaron adelante- entraran en crisis, tuvieran que repensarse e incluso cerrar sus puertas[54] y, además, a que muchxs comprendieran estos medios como refugios ante la crisis más que como proyectos político-culturales con capacidad de incidir en el sistema mediático argentino.

> *[...] las organizaciones de carácter social que desarrollaban medios comunitarios, que no gestionaban a esos medios como un negocio sino como una herramienta a través de la cual se ejerce un derecho, fueron forzados a la marginalidad y en su gran mayoría a la ilegalidad, configurando así una fuerte paradoja del período democrático: el ejercicio de un derecho humano fundamental fue considerado ilegal* (Baranchuk, op. cit.).

En este contexto sombrío en todo aspecto, los medios sin fines de lucro continuaron demandando la democratización de la comunicación, aunque de manera menos central y relevante que en la década anterior. La profundización de la brecha social de la década; la privatización de servicios y empresas públicas; la creciente centralidad del mercado como ordenador social; la crisis de las instituciones y la credibilidad de la democracia; la globalización de la economía y la cultura; la mediatización de la sociedad y la política; la presentación del neoliberalismo como único camino posible; la incertidumbre y debilitamiento de la idea de futuro y la fragmentación del campo popular fueron los procesos que estxs actorxs reconocieron y diagnosticaron como característicos de la época, frente a los cuales se posicionaron en *resistencia*. Estos medios se propusieron resistir este neoliberalismo adverso e *intentar* incidir (Kejval, 2016).

Se propusieron resistir demandando nuevamente una nueva legislación democrática que también pusiera en tela de juicio las políticas neoliberales que se estaban aplicando en

[53] Según Rossi (2008), a pesar de los intentos de ARPA de cerrar las radios "truchas" en pos de "limpiar el éter", estas ocupaban hacia 1995 el segundo lugar en el ranking de audiencia de FM en Capital Federal.

[54] Para un análisis pormenorizado de los objetivos de estos medios, lxs sujetxs que los integraron y su construcción identitaria, ver Kejval, Larisa (2009). *Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares*, Buenos Aires, Prometeo Libros.

materia comunicacional y que no hacían otra cosa que concentrar, monopolizar y transnacionalizar el mercado de medios y reducir el rol del Estado en la garantía del derecho a la expresión.

Se propusieron resistir intentando constituirse en espacios de participación y expresión de voces no hegemónicas, ante la contundencia de lo dominante. Sin embargo, a diferencia de décadas anteriores, la fragmentación y el debilitamiento de la noción de clase como articulador de las diferencias que había producido el neoliberalismo, esa participación suponía un abanico de diversas -y muchas veces contradictorias entre sí- voces e identidades. En ese sentido, los medios se propusieron ser espacios de participación no ya de las identidades populares tradicionales sino de *otrxs* diversos y plurales. Se propusieron construir *comunidad*, con la intención de rearticular los lazos sociales entre esas voces que el neoliberalismo estaba resquebrajando (Kejval, 2016).

Se propusieron resistir también *politizando lo despolitizado*. Mientras el sistema económico anunciaba el fin de las ideologías y el mercado segmentaba y atomizaba las identidades, los medios sin fines de lucro se propusieron recuperar la noción del poder en todos los ámbitos sociales. Los medios, en manos del capital concentrado y monopolizado, aportaban al silenciamiento de voces y, con ello, construían representaciones de lo real desde sus marcos de referencia -los de los sectores dominantes-, ocultando y naturalizando las relaciones de poder y las desigualdades. En ese sentido, politizar fue una forma de demandar pluralismo.

> *De lo que se trataba era de poner en cuestión aquello que se presentaba como natural, como sentido común, para poner nombre a procesos históricos, a decisiones políticas, a relaciones de poder. Al politizar lo despolitizado se abría la posibilidad de que lo que se presentaba como inevitable pudiera ser de otra manera* (Kejval, 2016: 142).

Se propusieron resistir incluso intentando incidir no sólo en la desnaturalización de lo dado sino también en su transformación. Definieron que incidir significaba lograr audiencias amplias[55] y, para ello, debieron repensar sus estéticas, sus formatos y sus contenidos; debieron mejorar su calidad técnica; capacitar a sus trabajadorxs y técnicxs; mejorar su gestión, en un mundo donde la lógica imperante es la del entretenimiento, el rating y la competencia. Buscaron salir de la idea de la marginalidad para disputar masividad, como herramienta para instalar agendas y disputar sentidos. Para influir en la opinión pública pero, sobre todo, para su supervivencia en un sistema que los ponía en un lugar de desventaja (Kejval, 2016). Ante un Estado presente para defender a lxs poderosxs y permitir la

[55] No todos los medios partieron de los mismos supuestos ni construyeron los mismos diagnósticos y miraron con recelo la búsqueda de masividad, exponiendo los riesgos de perder los objetivos políticos de estas experiencias comunicacionales (Kejval, 2016).

concentración, que no garantizaba de derecho el pluralismo y el derecho a la comunicación, los medios sin fines de lucro intentaron incidir para lograrlo de hecho. Sin embargo, la concentración de los medios hizo muy difícil esa posibilidad y limitó su accionar.

Ante esta situación, también buscaron incidir fortaleciendo las redes con otros medios locales e internacionales, que en los ‘80 habían constituido para intercambiar experiencias y capacitarse. Durante la década menemista, la principal meta fue potenciar su capacidad política y comunicacional y ampliar su influencia en términos regionales. Esto generó un proceso de confluencia también para articular iniciativas legislativas en los países de la región, que permitieran generar presión ante la situación de exclusión de los medios sin fines de lucro, por una nueva normativa que los incorpore y considere a la comunicación como un derecho humano. En 1996, se llevó a cabo el Seminario “Democratizar el Espectro Radioeléctrico” en Venezuela, que reunió a coordinadoras nacionales, a representantes de medios comunitarios y a abogadxs de Argentina y otros países de la región, a directivos de diez redes: ALER, AMARC, CIESPAL, FELAFACS, FIP, PROA, RNTC, SCC, VIDEAZIMUT y WACC, con el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania y el CECI de Canadá, en el cual se firmó una declaración conjunta que logró poner la discusión de la democratización del espectro radioeléctrico como una cuestión de derechos humanos. Esta declaración afirmó:

> *Entendemos la radiodifusión como el ejercicio del derecho humano básico de expresión e información a través de un soporte tecnológico. El espectro radioeléctrico es un recurso natural limitado y patrimonio común de la humanidad. Los medios que representamos, de cuyas finalidades están excluidos el lucro y el proselitismo, se definen por un compromiso profundo con la legalidad democrática, el pluralismo, la diversidad de identidades culturales, el desarrollo sustentable y la paz [...].*
>
> *Entendemos la libertad de expresión e información y su ejercicio como fundamento esencial de la democracia. Esto implica promover acciones jurídicas y marcos regulatorios que reconozcan y aseguren la democratización del espectro radioeléctrico, el acceso y participación sin discriminaciones para todos los sectores (estatal, comercial y no comercial), la transparencia en la información sobre la gestión y administración del espectro y condiciones técnicas razonables para el otorgamiento y operación de los servicios de radio y televisión.*
>
> *Frente al surgimiento de emisoras de radio y televisión en manos de nuevos actores sociales (barriales, campesinas, sindicales, de mujeres, de indígenas, de jóvenes, universitarias, de diferentes denominaciones religiosas, etc) detectamos con preocupación la existencia de una campaña que busca eliminar del espectro radioeléctrico no sólo a estos medios, sino también a los medianos y pequeños en*

un afán de monopolizar u oligopolizar la radiodifusión (Declaración de Caracas, 1996[56]).

Esta declaración prometió denunciar estas situaciones en los organismos regionales e internacionales para que se garantice el derecho a la comunicación. Esto dio inicio a una estrategia continental de incidencia que, en la década siguiente, será de suma importancia para impulsar nuevos, y democráticos, marcos normativos.

Por último, los medios sin fines de lucro vincularon su capacidad de resistir y de incidir a la posibilidad de repensar su sostenibilidad en un contexto complejo. Esto significaba reformular sus formas de gestión, sus objetivos, sus estrategias, la administración de sus recursos humanos, económicos y técnicos, que permitan la permanencia y el crecimiento del proyecto político comunicacional. Todo esto en un contexto en el que empezaban a escasear las fuentes de financiamiento para el funcionamiento de estos medios (Kejval, 2016).

2.2.3. Punto de inflexión: comunicar post crisis 2001

Las palabras pronunciadas en el discurso de renuncia de "Chacho" Alvarez, que anunciaban una *crisis terminal* de las formas de hacer política, del vínculo entre el poder político y económico que había arrastrado al país a una situación de profundo desaliento, y del vínculo entre la política y la gente, son una interesante síntesis para pensar esta etapa. Las jornadas del 19 y 20 de diciembre del 2001 se constituyeron como un punto de inflexión, como el momento en que esa crisis de representación pero también profundamente económica y social, había llegado a su punto de máxima expresión. Pero estas jornadas también se constituyeron como el inicio de un novedoso proceso.

Como afirma Larisa Kejval (2016), los medios comunitarios, alternativos y populares caracterizaron a esta etapa de múltiples maneras pero todos coincidieron en que había significado el inicio de una nueva etapa social y política, con un renovado protagonismo de las experiencias de estos medios nacidos en los '80 y los '90. Vastos sectores sociales, a diferencia de lo que había sucedido en la década menemista, atravesaron un proceso de politización. En respuesta a la crisis y su estallido, surgieron novedosas formas de organización y de participación política -las asambleas barriales, los trueques, las fábricas recuperadas, las organizaciones piqueteras-, un renovado protagonismo social que disputó la calle y la agenda pública. Este nuevo protagonismo emergió, a su vez, de viejos espacios de resistencia que se habían constituido en años anteriores y que adquirieron visibilidad.

Las jornadas del 2001 también significaron un quiebre debido a que expresaron las contradicciones y las consecuencias negativas de las políticas neoliberales, que sólo profundizaron la desigualdad y llevaron a vastos sectores sociales a la pobreza estructural.

[56] Disponible en http://www.ecuanex.net.ec/foro_comunicacion/doc_declaracion_caracas.html

La renovada participación política en este escenario generó que muchos de los sentidos comunes, que fueron sostén de la hegemonía neoliberal, se vieran cuestionados en amplios sectores sociales[57]. El individualismo, el valor de lo colectivo, la calle y el espacio público, las consecuencias de las políticas económicas del capitalismo salvaje, la política y la propia comunicación adquirieron sentidos contrapuestos a los establecidos de manera homogénea en décadas anteriores en nuestro país.

En los años alfonsinistas, la preocupación por la democratización de la comunicación y la puesta en marcha de medios alternativos, comunitarios y populares había sido una preocupación de "especialistas" o de actorxs sociales directamente involucradxs con los medios, como trabajadorxs y periodistas. Durante los '90, los movimientos sociales surgidos al calor de la crisis y las políticas de ajuste menemistas comenzaron a interesarse por las reflexiones vinculadas a la comunicación ya que comenzaron a verla como una cuestión estratégica, ante la ausencia de sus demandas y sus denuncias en los grandes medios comerciales. El sistema de medios hegemónico no sólo no las mostraba sino que las ocultaba deliberadamente. El estallido de la crisis en el 2001, sin embargo, las volvió inocultables y, por lo tanto, implicó que se volviera algo impostergable para las organizaciones el desarrollo de experiencias propias de comunicación, con las que se escuchara la voz de lxs excluídxs.

> [...] *el proceso abierto en diciembre de 2001 no sólo significó la puesta en cuestión de los sistemas de representación y de las instituciones propias de la democracia formal. También tuvo como consecuencia un creciente cuestionamiento a la pretendida neutralidad, objetividad e independencia de los medios hegemónicos de comunicación, fundamentalmente por parte de organizaciones y movimientos sociales* (Kejval, 2016: 160).

Las jornadas del 2001 fueron un punto de inflexión también porque pusieron en tela de juicio -por lo menos para algunos sectores sociales- la pretendida objetividad y neutralidad de los medios de comunicación dominantes, que construían representaciones estigmatizantes de las organizaciones sociales e intentaban tergiversar las consecuencias de la crisis. Cabe recordar también el titular del Diario Clarín del día posterior a la Masacre de Avellaneda, ocurrida el 26 de junio de 2002, *"La crisis causó dos nuevas muertes"*, que fue duramente cuestionado por su intento de ocultar las responsabilidades políticas del asesinato de dos militantes de organizaciones sociales, Maximiliano Kosteki y Darío Santillán[58].

Este renovado interés por la comunicación revitalizó también la discusión sobre el vínculo entre comunicación y política, que volvió a ocupar un lugar de muchísima centralidad.

---

[57] Larisa Kejval (2016) ubica este factor junto a otros para caracterizar el contexto de resquebrajamiento de la hegemonía neoliberal, que profundizaremos más adelante.

[58] Para un análisis más profundo, se puede acceder al documental "La crisis causó dos nuevas muertes" (2006), dirigido por Patricio Escobar y Damián Finvarb. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=5FkaTd4j3g4

Y, a la vez, dividió aguas porque se constituyó en una de las principales diferencias entre los propios medios de comunicación alternativos, comunitarios y populares, que se profundizará luego ante las caracterizaciones diversas ante las medidas adoptadas por Néstor Kirchner y, más aún, por Cristina Fernández.

Todo esto produjo el surgimiento de nuevas experiencias comunicacionales alternativas, comunitarias y populares, la mayoría de ellas vinculadas a los movimientos sociales y la mayoría de ellas no radiofónicas. En este marco, las experiencias de los ‘80 y los ‘90 cobraron mayor visibilidad y significaron una referencia para las más novedosas. Ese interés dio lugar al surgimiento de publicación de libros, cartillas, artículos, que pretendieron en algunos casos inspirar a estas nuevas experiencias, en otros acompañar su formación o incluso delimitar y definir más concretamente cada práctica (Kejval, 2016).

Si bien la idea o la demanda de resistencia a la crisis y a las políticas neoliberales continuó siendo importante, no fue el principal articulador de las experiencias comunicacionales. A partir del 2001, se fueron desarrollando rupturas y continuidades, respecto de décadas anteriores y entre los mismos medios, que se cristalizaron con mayor claridad en años posteriores. Este análisis lo profundizaremos más adelante.

2.3. La profundización contrapesada. Estado y medios en la presidencia de Néstor Kirchner (2003-2007)

El período de gobierno de Néstor Kirchner estuvo signado por una ambivalencia en cuanto a la *racionalidad del Estado* en materia comunicacional que hace necesario salir de los análisis simplistas y unidireccionales para sumergirse en las complejidades del contexto en el que se desarrolló y cómo condicionaron las decisiones gubernamentales. Las principales políticas relacionadas al campo comunicacional continuaron y profundizaron la tendencia heredada de los anteriores gobiernos de orientación neoliberal hacia la concentración. Sin embargo, y como elemento novedoso con respecto a ellos, también se implementaron en este período medidas que comenzaron a prefigurar un mejor escenario para pensar en la posibilidad de desarrollar un mapa de medios más diverso y pluralista.

2.3.1. La balanza inclinada hacia la concentración: concesiones gubernamentales por construcción de legitimidad

El 25 de mayo de 2003 el nuevo Presidente electo asumía el cargo en medio de un estado de ánimo social que oscilaba entre el desencanto con la clase política y el desconocimiento del nuevo mandatario, que había hecho su carrera política en la lejana y poco mediática provincia de Santa Cruz. Esto, sumado a que era el Presidente electo con menor porcentaje de votos de la historia y ni siquiera había ganado la elección, resultó un

elemento fundamental que condicionó sus primeros años de gobierno y particularmente su relación con los medios de comunicación. La poca legitimidad con la llegaba a la conducción de los destinos del país enfrentó a Kirchner a la necesidad de construir una aceptación en la sociedad casi desde cero, y la incidencia que tenían los medios, con la posibilidad de expandir una imagen positiva de su gestión, era una herramienta de la que no podía prescindir. O, visto a la inversa, la fragilidad de su imagen producto de su desconocimiento y la elección que lo había llevado a su cargo era una debilidad importante que los grandes grupos mediáticos, con el poder que detentaban debido a la concentración de audiencias lograda durante la década anterior, podían utilizar en su contra con la efectividad que ya se les conocía. Esto, de alguna manera, explica el porqué, durante su mandato, Néstor Kirchner tomó una serie de medidas que, directa o indirectamente, favorecieron a los grandes conglomerados mediáticos y profundizaron la concentración económica en el sector (Califano, 2009).

Por su parte, la situación de estos grupos se encontraba comprometida por los impactos de la crisis interna y su endeudamiento externo. Postolski y Bulla (2004) describen este escenario de la siguiente manera:

> *La fase recesiva que afecta a la economía Argentina, impactó de forma particular en el sector de medios. Al achicamiento del consumo se le suma la merma de la pauta publicitaria, la depreciación de sus activos, la dificultad de acceder al crédito, la imposibilidad de sostener sus inversiones y de afrontar sus deudas en dólares. Ante el temor que esta situación pueda derivar en un escenario donde la preeminencia de los capitales extranjeros dominen todos los segmentos de la industria cultural, distintos actores involucrados comenzaron a presionar para lograr la intervención del Estado en resguardo de la autonomía cultural local.*

La combinación de ingresos devaluados y en declive por la crisis del mercado interno, con el encarecimiento del crédito externo producto de la devaluación, llevaba a las empresas de medios a una encerrona económica que las volvía vulnerables frente al ingreso de capitales extranjeros. Las fuertes presiones externas, fundamentalmente del FMI, para permitir y fomentar la entrada de capitales foráneos a las empresas nacionales como posible solución a sus situaciones de crisis económica, muchas de las cuales ya estaban cercanas a un estado de quiebra, ponían en jaque peligrosamente al sector. Frente a este escenario, los conglomerados mediáticos comenzaron a esgrimir el argumento de la “preservación del patrimonio cultural nacional” como una necesidad imperiosa en la que el Estado debía intervenir activamente para proteger a los diferentes sectores que la fomentaban. De pronto, la agenda mediática abandonó los discursos de ineficiencia del Estado y libre mercado a ultranza, con los que se había embanderado durante la década anterior y empezó a cuestionar la apertura irrestricta a los capitales extranjeros reclamando la intervención del Estado (Bulla y Postolski, op. cit.).

Comenzaron a conformarse organizaciones que nuclearon distintos sectores con el interés unificado de pugnar por la protección estatal frente al escenario de crisis, en las cuales los conglomerados comunicacionales tuvieron roles destacados. Una de ellas fue la Asociación Empresaria Argentina, donde participaban los principales holdings locales, entre los cuales se encontraba el grupo Clarín. Su horizonte era la devaluación, pesificación de sus deudas con acreedorxs locales y un seguro de cambio para sus deudas en el exterior (Bulla y Postolski, 2004). También para 2002 se creó el Foro para la Defensa de las Industrias Culturales de Buenos Aires, integrada por una multiplicidad de sectores ligados a las actividades culturales[59]. En su documento fundante, titulado "Por la defensa, promoción y fomento de los bienes culturales nacionales", señalaban que *"la defensa de la identidad cultural no es otra cosa que la defensa de nuestra identidad como Nación"* y se proponían para ello una serie de acciones a desarrollar, entre las que se destacaban promover la

> *sanción de una serie coordinada e integral de medidas legislativas y administrativas, nacionales y municipales, tendientes a establecer una red de defensa del patrimonio artístico, teatral, arqueológico, arquitectónico, urbanístico, informativo, y geográfico de los argentinos; [...] Reconocer a las Industrias Culturales como uno de los sectores económicos más dinámicos, con mayor potencial de expansión y con mayor capacidad de generación de puestos de trabajo*[60]*.*

Al mismo tiempo, el documento también establecía la necesidad de resguardar las industrias culturales de capital nacional, con la siguiente justificación:

> *La mayoría de los países desarrollados cuentan con legislaciones que limitan el ingreso de capitales extranjeros a las industrias culturales, y en particular, a los medios de comunicación social. Resaltando el rol estratégico que cumplen en la construcción de la identidad nacional, la libertad de expresión y el derecho a la información, el "Foro" impulsará medidas tendientes a resguardar las empresas nacionales, buscando impedir que se profundice el proceso de desnacionalización en que se encuentra inmerso el sector.*

---

[59] Asociación Argentina de Actores (AAA); Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET); Asociación Argentina de Trabajadores de las Comunicaciones (AATRAC); Cámara de Productores Independientes de Televisión (CAPIT); Directores Argentinos Cinematográficos (DAC); Federación Argentina de Productores Cinematográficos y Audiovisuales (FAPCA); Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN); Federación de Trabajadores de la Imprenta Diarios y Afines (FATIDA); Sindicato Argentino de Televisión (SAT); Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA); Sindicato Único de la Publicidad (SUP); Sindicato Único de Trabajadores del Espectáculo (SUTEP); Sociedad Argentina de Locutores (SAL); Sociedad Argentina de Músicos (SADEM).

[60] Foro para la Defensa de las Industrias Culturales de Buenos Aires (2002). *Por la defensa, promoción y fomento de los bienes culturales nacionales*. Disponible en: http://www.buenosaires.gob.ar/areas/cultura/institucionales/documentos/foro_ic.pdf

Toda esta presión sobre la esfera política tuvo su resultado y el 18 de junio del 2003, a menos de un mes de que Néstor Kirchner asumiera la Presidencia de la Nación, el Congreso sancionó la Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales (Ley 25.750). La misma había sido fuertemente trabajada durante el período de Duhalde y terminó siendo una de las primeras leyes de central importancia del nuevo Gobierno, marcando nuevamente la capacidad de lobby de las grandes empresas de medios y su aprovechamiento de la situación de debilidad de las dirigencias políticas para obtener beneficios.

La Ley en sí no era más que una modificación de la Ley de quiebras para evitar que el mecanismo del *cram down* pudiera ser utilizado con empresas de la industria cultural, evitando así la posibilidad de su adquisición por parte de acreedores extranjeros (Bulla y Postolski, op. cit.). La misma definió una serie de sectores estratégicos para los intereses nacionales, entre los que incluyó el espectro radioeléctrico y los medios de comunicación. Estableció que la propiedad de esos medios de comunicación debía ser de empresas nacionales, permitiéndose la participación de empresas extranjeras hasta un máximo del 30% del capital accionario. Por otro lado, el Poder Ejecutivo se reservó para sí la posibilidad de autorizar o no la ampliación de ese porcentaje en casos particulares, conservando una cuota de poder sobre los intereses de los grupos mediáticos.

Como afirman Bulla y Postolski (op. cit.), esta Ley fue el resultado de la combinación de una necesidad de generar una fortaleza política por parte del nuevo Gobierno y la debilidad económica de los grandes conglomerados del sector de medios. El éxito de estos últimos fue la operación semántica de hacer pasar sus intereses económicos por los intereses culturales de toda la Nación, ya que en materia de comunicación la legislación en cuestión solamente abordó el tema de la propiedad de los medios y su resguardo frente a la entrada de capitales extranjeros, pero, como marcan los autores,

> [...] *nada dice sobre la concentración mediática, la desocupación, los salarios basura y la violación de convenios y estatutos por los mismos empresarios del sector que, presurosos acuden al amparo del Estado. Estos temas ni siquiera aparecen como preocupación para esta Ley. Nada dice sobre las 6000 radios de baja frecuencia que funcionan sin marco normativo, nada de los centenares de medios zonales, locales y barriales que se ven amenazados por el afán expansivo de los grandes medios, nada sobre los porcentajes de producción local de contenidos, sobre el acceso y la participación de los ciudadanos (Bulla y Postolski, op. cit.: p. 129).*

<u>Las prórrogas a las licencias: más expectativa de vida para la concentración</u>

Otro tipo de medidas tomadas por el primer Gobierno del ciclo kirchnerista que abonó al escenario de concentración mediática fueron las extensiones de licencias. Estas afectaron

a todos los medios de comunicación pero favorecieron claramente a los grandes conglomerados, que con un nuevo escenario de estabilidad y recuperación económica, sumado a un mayor tiempo asegurado de explotación de sus frecuencias del espectro radioeléctrico, pudieron avanzar en sus estrategias y movimientos oligopólicos con más firmeza.

Ya luego del primer año de gobierno de Kirchner se evidenciaba una clara estabilización y crecimiento de la actividad económica. Los altísimos precios internacionales de los commodities que el país exportaba generaron una entrada excepcional de divisas que tuvo un gran impacto en todos los órdenes de la economía. Esto permitió una reactivación de la producción industrial en un incipiente proceso de sustitución de importaciones, lo que a su vez derivó en el alza de los niveles de empleo y, por lo tanto, de consumo interno. Con estas condiciones, los ingresos de los grupos mediáticos también comenzaron a recuperarse. Sin embargo, la proximidad del vencimiento de algunas licencias de los principales medios fue una punta de lanza para presiones del sector sobre el Gobierno, que terminó otorgando concesiones de una trascendencia y una pobreza en su argumentación legal/jurídica igualmente remarcables.

Las primeras fueron las Resoluciones 1326/04 y 1837/04 de septiembre y diciembre del 2004, por medio de las cuales se extendieron las titularidades de las licencias a Canal 13 y Canal 11, respectivamente, por diez años. Ambas vencían a principios de 2005 puesto que habían sido otorgadas en la primera ola de privatizaciones a principios de los ‘90. Dichas extensiones se otorgaron sin pedido alguno de papeles en regla o revisión de la actuación de las adjudicatarias de las licencias, ignorando lo establecido por la vigente Decreto-Ley 22.285.

Sin embargo, la más relevante de las medidas vinculadas a las licencias fue el Decreto 527/05 firmado el 20 de Mayo del 2005 por Néstor Kirchner. Vedada la posibilidad de extender las licencias por otro período de una década, dicho Decreto introdujo la figura de la “suspensión” del cómputo de los plazos por diez años. Es decir, se estableció que durante diez años el paso del tiempo no sería contabilizado a los efectos de la duración de todas las licencias de servicios sonoros, televisivos y complementarios en todo el territorio nacional, extendiendo de facto la habilitación para su explotación a sus actuales adjudicatarias por ese lapso. Se argumentó para este fin que, a pesar de que para ese momento se había superado ya el pico de la crisis, los medios audiovisuales requerían un horizonte de previsibilidad con plazos necesarios para la recomposición de su situación económico-financiera (Califano, op. cit.). Lejos de los discursos democratizantes y plurales que el Gobierno esgrimía para muchos aspectos de la vida pública nacional, el pluralismo del sistema mediático se volvía un horizonte cada vez más alejado por la concentración a la que estas medidas tendían. Y la compleja relación de necesidad entre el nuevo Gobierno necesitado de legitimidad y los grupos mediáticos necesitados de favores -mejores condiciones de negocio- por parte del Estado,

quedó plasmada en el hecho que esta medida fue efectivizada por un Decreto de Necesidad y Urgencia emitido por el Poder Ejecutivo:

> *[...] la promulgación de esta medida por decreto -lo que implica ausencia de debate parlamentario y participación de otros sectores sociales -obedece claramente a una decisión de tipo política, y se enmarca en una infausta tradición de gobiernos argentinos acostumbrados a reglamentar sobre la radiodifusión de este modo: unilateralmente, en connivencia con el sector privado y a puertas cerradas* (Califano, op. cit.: 06).

Siguiendo a Santiago Marino (2009) es importante destacar un argumento de este Decreto que evidencia la perspectiva concentradora que lo sustentó. Se esgrimió como justificación de la medida que la ampliación de los plazos se establecía para permitir la inversión en nuevas tecnologías. Sin embargo, si todas las regulaciones siguieran esta lógica, sería impensable un escenario de renovación de las adjudicatarias de licencias, ya que por el dinamismo en la evolución de las tecnologías de la información las empresas siempre se verían necesitadas de más tiempo para amortizar sus inversiones. Lejos de pensar en el fomento al pluralismo, el Estado basaba sus decisiones en las necesidades de rentabilidad segura y estable de los medios privados comerciales dominantes del sistema. El matrimonio entre el poder mediático, expresado en un par de grupos económicos, y el Estado como garante de sus negocios, seguía viviendo la luna de miel de sus bodas de plata y dando pasos firmes hacia las de oro, sin muchas perspectivas de un divorcio político en su horizonte.

MultiFusión: se expande el negocio

En Octubre de 2006 se anunció la conformación del "primer sistema regional de video y banda ancha"[61] a partir de la la fusión de los dos principales cableoperadores del país por ese entonces: CableVisión y Multicanal, este último parte del multimedio del Grupo Clarín. El anuncio generó controversias fundadas en el indiscutible grado de monopolización al que llevaba al servicio de la TV por cable. El nuevo grupo pasó a concentrar a partir de ese momento un 55% del total de abonadxs, que según la región podía ascender a un 95% (Califano, op. cit.).

El camino a dicha medida puede trazarse desde el año 2000, en el cual una resolución del COMFER declaró en Emergencia Administrativa los trámites vinculados a peticiones sobre servicios complementarios de radiodifusión, categoría que incluye la prestación del servicio de TV por cable. A partir de esta declaración se suspendieron las ventas de pliegos para acceder a licencias, impidiendo así la entrada de nuevxs competidorxs al negocio. Desde

[61] "El gobierno autorizó la fusión de Multicanal y Cablevisión", *La Nación,* 8 de diciembre de 2007. Disponible en: https://www.lanacion.com.ar/969301-el-gobierno-autorizo-la-fusion-de-multicanal-y-cablevision

entonces dicha suspensión se renovó casi automáticamente durante años a través de sucesivas resoluciones del COMFER (Becerra, 2012). El argumento de fondo era la crítica situación económica que enfrentaron las operadoras de cable por la crisis económica y posterior devaluación, debido también al enorme endeudamiento contraído en el exterior sobre todo en la década del 90. Lo que se omitía con esta "protección" de parte del Estado a las principales operadoras, CableVisión y Multicanal, era que justamente ese nivel de endeudamiento fue la herramienta que utilizaron para adquirir compañías competidoras más pequeñas del sector, profundizando así la concentración económica y su posición oligopólica en ese negocio (Califano, op. cit.). Con la adquisición por parte del Grupo Clarín de la mayoría accionaria de CableVisión se conformó un monopolio de facto, pero aún faltaba su convalidación por parte del Estado. Debido a la gigantesca suma implicada en la operación, que se estima en 1100 millones de dólares -la de mayor volúmen registrada hasta ese momento post devaluación en la Argentina[62]-, la misma debió pasar por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia para su aprobación. Finalmente, la misma llegó el 7 de Diciembre de 2007 y fue convalidada por la firma del entonces Secretario de Comercio Interior, Guillermo Moreno, dando así el Poder Ejecutivo su legitimación a la operación.

Cabe destacar, por otro lado, que para ese momento ya habían tenido lugar las elecciones presidenciales de ese año en las que Cristina Fernández de Kirchner había logrado una sólida victoria en primera vuelta, accediendo así al cargo de Presidenta de la Nación y asegurando la continuidad del oficialismo en el gobierno por el período 2007-2011. La dirigencia política que conducía el país ratificaba su forma de relacionarse con el principal grupo de poder mediático y las líneas directrices fundamentales de la orientación del Estado en cuanto a las *PNC* del período neoliberal.

> *[...] además de legalizar la profundización de la concentración económica en este sector de la rama audiovisual, esta disposición aparece como una ventaja enorme para el poderoso grupo de cara a la convergencia infocomunicacional, con la importancia que el dominio de las redes implica en este proceso. Del mismo modo, resulta evidente la pérdida de pluralismo y diversidad de voces que esta operación conlleva (Califano, op. cit., p. 16).*

Es necesario aclarar, sin embargo, que en esta medida se expresó también un rasgo distintivo de este Gobierno con respecto a los anteriores analizados en el período abierto en 1976, y que abordaremos en el siguiente apartado. Hablamos de la voluntad de regular, en mayor o menor grado, dependiendo del caso o de la medida en cuestión, el accionar de los grupos mediáticos privados. Si bien se les otorgó a los mismos una concesión fenomenal por

[62] "Confirman la adquisición de Multicanal por Cablevisión", *Clarín*, 8 de diciembre de 2007. Disponible en: https://www.clarin.com/ediciones-anteriores/confirman-adquisicion-multicanal-cablevision_0_r18WOhRATYg.html

parte del Estado, habilitando la fusión descrita y permitiendo así la conformación de un monopolio en el área, también se les plantearon ciertas exigencias que, más allá de su efectivo cumplimiento o no en lo sucesivo, demostraban una actitud del poder político que no había estado presente ni en otros Gobiernos ni en otras medidas adoptadas por el propio gobierno de Néstor Kirchner. Dichas exigencias iban desde cuestiones técnicas como extender la llegada de la señal digital a más hogares, ofrecer una mejor calidad de imagen y sonido o extender el servicio de internet, a otras más ligadas a una concepción del servicio social y la preocupación por la diversidad como el garantizar en sus grillas de programación señales competidoras asegurando una "razonable provisión de señales informativas, de deporte y entretenimiento"[63], un plan de conexiones sin cargo para Escuelas, Hospitales y centros de salud entre otros, y una opción de abono reducido de TV digital para zonas de emergencia del AMBA, lo que representaría un porcentaje de entre el 5% y 10% del total de suscripciones. Complementando esta mirada podemos mencionar también la Resolución del COMFER 1242/06, del mismo año en el que empezaba a constituirse la fusión monopólica, en la que se elaboró un nuevo pliego de Servicios Complementarios y se llamó a un proceso de elaboración participativa de normas para el mismo (Becerra, op. cit.). Al mismo tiempo que el Estado comenzaba a permitir un grado de concentración inédito en la historia de nuestro sistema de medios, empezaba también el proceso de destrabar una barrera de entrada para nuevxs actorxs al mismo, barrera que funcionó como una clave constitutiva de la situación cuasi monopólica en la que derivó dicho sistema.

Luego de analizar los pasos regresivos en el período 2003-2007, a continuación abordaremos lo avances en materia de que búsqueda de la diversidad y el pluralismo que contrapesaron el innegable carácter concentrador de estos años del kirchnerismo, y que a su vez empezaron a sentar las bases de las rupturas estructurales con esa relación histórica del Estado y los grupos mediáticos privados.

2.3.2. Los contrapesos: Desarrollo y fortalecimiento del SNMP y reconocimiento de nuevxs actorxs

Como expresamos anteriormente, durante el gobierno de Néstor Kirchner las principales políticas relacionadas al campo comunicacional continuaron y profundizaron la tendencia hacia la concentración. Sin embargo, también se implementaron en este período medidas que comenzaron a prefigurar un mejor escenario para pensar en la posibilidad de desarrollar un mapa de medios más diverso y pluralista. Si bien puede afirmarse, sin miedo a equivocarnos, que estos contrapesos no alcanzaron ni estuvieron cerca de equilibrar la balanza, una mirada retrospectiva a más de una década los muestra como los primeros movimientos de un proceso

[63] Ídem.

que llegaría no sólo a cuestionar tan estructuralmente al sistema mediático argentino y sus actorxs dominantes como para socavar significativamente su base de legitimidad social en la ciudadanía, sino que avanzaría hasta sancionar una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que intentaría remodelar todo el mapa. Es así que podemos hablar de una *racionalidad* distinta a la neoliberal para encuadrar este período ya que, si bien las continuidades tuvieron un peso determinante, las rupturas fueron también una parte constitutiva del proceso y hacen necesario definirlo como algo diferente a la relación que el Estado venía manteniendo con los medios. Estas medidas se orientaron en dos direcciones principales: un fortalecimiento de los medios públicos que llevaría a su crecimiento en el mapa mediático, y el reconocimiento legal, técnico y como sujeto político de las organizaciones sin fines de lucro como actorxs válidos del mismo.

Medios públicos nacionales y federales

El período 2003-2007 marcó el inicio de una transformación en el sistema de medios públicos que lo llevaría, en los sucesivos mandatos del kirchnerismo, a constituirse en un actor de una relevancia inédita en el mapa mediático y los consumos de la ciudadanía desde las privatizaciones y el acaparamiento de las audiencias por parte de los medios privados. El primer movimiento en este sentido fue poner al SNMP bajo el control de la Secretaría de Medios de la Jefatura de Gabinete. Comenzaba un camino que concluiría en 2007 con el fin de la intervención del sistema iniciada en 2002 y la designación de un directorio propio.

La variable fundamental para el fortalecimiento del SNMP fue la financiación. Las partidas presupuestarias destinadas por el Estado se incrementaron de $66.551.067 en 2004 a $196.000.000 en 2007 (Espada, 2016), y estos números no incluyeron lo destinado a través de pauta oficial ya que no puede contarse como financiamiento directo del Estado. Se realizó, además, una renovación de equipamiento que incluyó cámaras y transmisores de mayor potencia para reemplazar los existentes que se encontraban transmitiendo desde hacía años, y se formuló un plan de instalación de repetidoras en todos el país ya que había considerables porciones del territorio que no recibían señal. El carácter federal de esta iniciativa puede verse en el Decreto 84/05, que determinó la instalación de repetidoras de la señal del canal estatal en 18 ciudades que iban desde Río Gallegos hasta San Salvador de Jujuy (Califano, op. cit.).

Por otro lado, se generaron nuevas propuestas como el Canal Encuentro, que fue lanzado en 2006 y formaba parte del proyecto Educ.ar del Ministerio de Educación, como una herramienta para vincular las tecnologías de la información al sistema educativo, o la inclusión de la Argentina en TELESUR, iniciativa regional encabezada por la Revolución Bolivariana de Venezuela que buscaba constituirse como un polo de generación de información y contenidos que tendiese a la integración Latinoamericana y a la independencia de los grandes centros de información mundiales (Califano, op. cit.).

Un sistema de medios públicos que se robustecía de a poco a partir del financiamiento estatal, que se expandía por el territorio nacional, que empezaba a desarrollar nuevas propuestas de programación y a trazar vínculos regionales, marca sin dudas una ruptura con la concepción que había tenido el Estado de estos medios desde la primera ola privatizadora y la realidad a la que habían sido arrastrados. En la preocupación por la diversidad mediática, no era un dato menor que comenzase a crecer un actor diferente a los medios privados.

Nosotrxs también existimos y queremos comunicar: El reconocimiento de los sin fines de lucro

Como se mencionó anteriormente, el Decreto-Ley de Radiodifusión 22.285 sancionado en 1980 bajo la última dictadura cívico militar establecía el fin de lucro como un requisito necesario para acceder a licencias de radiodifusión. Dicha concepción mercantilista, hecha Ley por los dictadores, sobrevivió dos décadas sin sobresaltos en nuestro cuerpo legal, a pesar de su inocultable carácter discriminatorio y violatorio de las más básicas concepciones sobre la libertad de expresión y el derecho a la comunicación, recluyendo a la ilegalidad a cualquier iniciativa comunicacional que osara ocupar algún lugar en el espectro sin una perspectiva comercial. Pero en septiembre de 2003 la Corte Suprema de Justicia de la Nación declaró la inconstitucionalidad de uno de los artículos fundamentales del Decreto-Ley que garantizaba esta exclusión, en el fallo del caso Asociación Mutual Carlos Mugica contra Estado Nacional. Dicha asociación operaba la radio comunitaria *La Ranchada* de la Ciudad de Córdoba, pero su carácter no comercial le impedía encuadrarse en la Ley para acceder a una licencia. El fallo declaró inconstitucional particularmente el primer párrafo del artículo 45 de este Decreto-Ley, donde se establecía la imposibilidad para las asociaciones civiles de ser titulares de licencias, al tiempo que excluía a las personas jurídicas no comerciales de la participación en la comunicación (Marino, 2009). La Corte encontró en este párrafo una violación a los artículos 14, 16, 28 y 75 inciso XXIII de la Constitución Nacional, así como también al artículo 13 de la Convención Americana de los Derechos Humanos. Se argumentó en el fallo que dicha legislación era “arbitraria” porque excluía

> *de un modo absoluto, sin sustento en un criterio objetivo razonable, a determinadas personas jurídicas de la posibilidad de acceder a una licencia de radiodifusión por no haberse constituido en una sociedad comercial. Ello importa en definitiva una irrazonable limitación al derecho a expresarse libremente y de asociarse o no hacerlo*[64].

La relevancia de este fallo sería central pues sentaría las bases para la modificación de dicha legislación en cuanto al carácter comercial que debía presentar cualquier aspirante a

[64] “Un fallo para abrir los micrófonos”, *Página 12*, 5 de septiembre de 2003. Disponible en: www.pagina12.com.ar/diario/espectaculos/6-25038-2003-09-05.html

una licencia de radiodifusión. Aunque ello debió esperar hasta agosto de 2005, cuando fue aprobada por el Senado de la Nación la Ley 26.053 que modificó el Artículo 45 del Decreto-Ley, haciéndose eco del fallo de la Corte. Desde ese momento, las organizaciones sin fines de lucro quedaron autorizadas para solicitar frecuencias de televisión y radio, así como también para prestar servicios complementarios entre los que se encontraba el cable (Marino, op. cit.). Por primera vez desde su explosión en la "primavera democrática" del '83, los cientos de medios de comunicación que se crearon a través de organizaciones civiles, políticas, culturales, sociales, etc. tenían un reconocimiento en tanto actores válidos del campo comunicacional por parte del Estado.

Sin embargo, esta medida que fácilmente podría considerarse un paso adelante y encuadrarse dentro de la búsqueda de una mayor diversidad en los medios de comunicación de la Argentina, tuvo también aspectos que claramente obstruían de hecho esa posibilidad. En primer lugar, la medida no contempló ningún aspecto diferencial para con ellas en cuanto a los requisitos para solicitarlas, que les generaran condiciones de accesibilidad acordes a su condición de medios no comerciales. Así, quedaban expuestas a una situación de competencia desigual con los medios privados que contaban por lógica con un caudal económico, de financiamiento y posibilidades técnicas muy superior. Más aún, tal como destacan algunxs autorxs (Califano, op. cit.; Marino, 2008), la Ley incluyó un mecanismo que dejaría afuera de la posibilidad de licitar a empresas cooperativas prestadoras de servicios públicos que, por su capacidad económica, eran tal vez las únicas capaces de competir con los grandes grupos privados en negocios como por ejemplo el cable. El argumento utilizado fue que dicha prohibición era "antimonopólica" puesto que las cooperativas que recibían subsidios para la prestación de servicios públicos podrían utilizarlos, en caso de acceder a licencias, para financiar sus redes, incurriendo así en la práctica de "subsidios cruzados" que generaría una competencia desigual con cualquier otro prestador privado en la zona. Si bien había situaciones de excepcionalidad para esto, como la autorización a cooperativas para licitar en caso que no hubiese otros prestadores en la zona en cuestión, al mismo tiempo se les exigía en ese caso llevar contabilidades separadas por ambas actividades y permitir la utilización de sus instalaciones para cualquier otro competidor, además de someterse a controles del COMFER para evitar prácticas anticompetitivas y que efectuaran subsidios cruzados (Califano, op. cit.).

Estxs mismxs autorxs destacan además que la sanción de la Ley 26.053 no fue una decisión política del Gobierno, sino más bien que fue por el sustento del fallo de la Corte y el impulso del Poder Legislativo que la misma se hizo efectiva, contando con una llamativa apatía por parte del Ejecutivo (Califano, 2007; Marino 2008). Nos permitimos complejizar esta mirada a la luz de lo que todo el ciclo kirchnerista representó en materia de políticas públicas de comunicación, la inédita oposición que se terminó dando entre el poder político y el poder

mediático poco tiempo después de estas medidas, y la comprensión de la dificultad extrema que representa en nuestro país avanzar con profundidad y firmeza en el desarme de dicho poder mediático. Una mirada retrospectiva revela que, lo que en ese momento parecía exagerado en cuanto a la necesidad de generar otras condiciones políticas, sociales, de legitimidad y correlación de fuerzas que se esgrimía desde el Gobierno para justificar sus acciones frente a sectores que pugnaban por otra orientación de las políticas comunicacionales, lejos estaba de ser exagerado. Hoy vemos -y lo desarrollaremos en próximos apartados- que no alcanzó con mucha más legitimidad social, capital político acumulado y apoyo de múltiples sectores para torcerle el brazo al monstruo. Poco probable luce entonces, a la luz de los años, que en ese momento hubiera sido factible avanzar en contra de sus intereses. No obstante, esto no niega lo profundo de los efectos de las tremendas concesiones otorgadas en este período, probablemente razón central de su fortalecimiento. Pero creemos importante profundizar el carácter político de la mirada sobre esos años y encuadrarlos en un proceso más largo, como un momento de consolidación de poder político por parte del sector dirigente que daría las más profundas discusiones sobre la comunicación democrática en nuestro país, consolidación sin la cual dichas discusiones y todas las medidas y repercusiones en la sociedad que generaron hubiesen sido, como mínimo, difíciles de imaginar.

Después de la Ley, las licencias: Reconocimiento operativo y dificultades de aplicación

Una vez reconocidos los medios sin fines de lucro en el cuerpo legal como posibles licenciatarios, quedaba allanado el camino para su incorporación efectiva al sistema. Pero ello requeriría una decisión política. Así fue que en Diciembre de 2005 se convocó a un censo para registrar las radios comunitarias que estaban operativas en ese momento y, el 5 de Mayo del 2006, el COMFER emitió la resolución 753/06 con la cual reconoció el funcionamiento de 126 de estas radios y la titularidad de las estaciones de radiodifusión pertenecientes a distintas asociaciones sin fines de lucro (Marino, 2008). Siguiendo esta línea de acción, en 2007 el Poder Ejecutivo otorgó por decreto una licencia a la *Fundación Madres de Plaza de Mayo.* Las organizaciones de la sociedad civil comenzaban a abrirse paso legal en el espectro, acompañadas por las decisiones gubernamentales.

Sin embargo, a pesar de este innegable avance, aún seguía siendo una deuda de la democracia el reconocimiento de este sector como un actor distinto del mapa mediático y las consecuentes consideraciones para facilitar su acceso a las licencias y a la operatividad. Esto se traducía en dificultades técnicas y económicas difícilmente abordables por organizaciones con muchísimos menos recursos, en toda la dimensión de este concepto, que con los que contaban los sectores privados. Santiago Marino (2008) describe algunas de estas dificultades que iban desde el carácter centralista y poco federal del COMFER, que exigía a las

organizaciones de todo el país el traslado y envío de documentación a la oficina central de la Ciudad de Buenos Aires, con los costos, tiempos y dificultades operativas que esto implica; hasta las exigencias que planteaban los pliegos de las licitaciones en términos de aspectos personales, patrimoniales, técnicos y culturales. Dichas exigencias desconocían las particularidades de lxs sujetxs en cuestión, solicitando certificaciones profesionales muchas veces inalcanzables, llenados de formularios y presentación de recursos para los que las organizaciones no estaban capacitadas, etc. Este tipo de cuestiones marcaron limitaciones objetivas que serían abordadas en la subsiguiente discusión para la creación de una nueva Ley de radiodifusión, pero que en ese momento se constituían en barreras de entrada muy importantes para el sector.

Una moneda de dos caras que cayó siempre del mismo lado

Podemos de alguna manera cerrar el apartado de análisis de las políticas comunicacionales del Gobierno de Néstor Kirchner entendiéndolo con una doble lectura. Por un lado, se puede afirmar que fue uno de los gobiernos de la democracia que más hizo en favor de la concentración mediática y que más puso al Estado a otorgar favores y concesiones a los grandes grupos privados, ubicándolos en posiciones dominantes de un volumen inédito hasta el momento en la historia del país. Por otro, es válido destacar que fue el primer gobierno, desde la recuperación de la democracia, que reconoció a otrxs actorxs del campo comunicacional hasta entonces confinadxs al silencio de la ilegalidad y que comenzó, incipientemente, a construir un andamiaje legal e institucional que los fortalecería y les daría cada vez más lugar en el mapa mediático y en la agenda pública. Esta ambivalencia, como ya se expresó, puede entenderse a la luz de la situación política, social y económica en la que asumió el Gobierno, que necesitó construir poder en un escenario de desconocimiento y descontento general con toda la clase política. Frente a ello, decidió contar con los grandes medios como un escalera para escalar ese abismo antes que como una pared rocosa que le volviera esa tarea más difícil, o incluso imposible. Independientemente de las valoraciones que puedan hacerse de esta decisión, creemos también importante poder entenderla en toda su complejidad y alumbrarla con los años que siguieron y el proceso político-comunicacional que desencadenaron.

Dentro de la cara de la moneda que siempre cayó para arriba en estos años, puede contarse también la deuda que la democracia siguió arrastrando por la ausencia de la sanción de una nueva Ley que regulase las comunicaciones. Califano, luego de mencionar que en varias ocasiones se calificó de “inminente” el reemplazo de la 22.285, describió así la cuestión:

> *A pesar de tratarse de una administración que asumió una clara postura negativa respecto de la última dictadura militar, que purgó las cúpulas de las Fuerzas Armadas, mantuvo un discurso a favor de la vigencia de los derechos humanos,*

impulsó la nulidad de las leyes de impunidad, encaró una importante renovación de los miembros de la Corte Suprema de Justicia de la Nación con renombrados constitucionalistas que -entre otras cuestiones- declararon la inconstitucionalidad de los indultos menemistas; jamás demostró, sin embargo, verdadero interés en promover la sanción de una nueva ley para encuadrar a la comunicación en un marco democrático (Califano, op. cit.).

Sin embargo, tan solo unos meses después del cambio de mandato entre Néstor Kirchner y Cristina Fernández, se daría el quiebre político entre el Gobierno y los multimedios que comenzaría a dar vuelta la moneda definitivamente y con un dinamismo y una potencia que ningún actor del campo comunicacional argentino imaginaba. Ese cambio, que empezaría a materializarse muy rápidamente, dejaría huellas imborrables en la sociedad argentina, a pesar de los embates que sufre hoy en día en manos de un nuevo gobierno neoliberal, y tendría rostro y nombre de mujer: Cristina Fernández de Kirchner.

2.4. Rompiendo las cadenas: medios sin fines de lucro 2003-2008

Los medios alternativos, comunitarios y populares, nacidos en la década del ‘80, que resistieron el neoliberalismo de los ‘90, con profundas dificultades y desalientos, que se propusieron la democratización de la comunicación y luego la ambiciosa incidencia en la agenda pública en un sistema de medios ya concentrado y centralizado, encontraron en las jornadas del 19 y 20 de diciembre un punto de inflexión. Un nuevo proceso de renovada participación y politización, con una consecuente visibilidad de las experiencias comunicacionales desarrolladas al calor de la resistencia. Un proceso que daría sus primeros pasos pero que se profundizaría en los años posteriores, ante la suma de variados factores vinculados con la política local pero también con un mundo en plena transformación.

El primer factor determinante en este nuevo escenario fue, como desarrollamos en el apartado anterior, la novedosa etapa social y política que se abría en 2001, que significó la apertura de un proceso de politización y revitalización de las experiencias comunicacionales de los medios sin fines de lucro. Este factor concluyó con un segundo elemento, que comenzó a expresarse con mayor fortaleza hacia el 2004, que fue la revitalización de la discusión en torno a la democratización de las comunicaciones en el ámbito internacional, en el que por primera vez los medios alternativos, comunitarios y populares tuvieron un papel fundamental.

La discusión en el ámbito global en torno a las políticas de comunicación que llevaban adelante los Estados había sufrido un *congelamiento* (Kejval, 2016) desde la década del ‘80, luego de que Estados Unidos y Gran Bretaña se retiraran de la UNESCO a partir de la presentación del Informe Mac Bride y la propuesta del NOMIC. Esos veinte años de vaciamiento de los espacios de discusión habían coincidido con el avance y la consolidación de políticas neoliberales, la desregulación de las comunicaciones y, por lo tanto, la ausencia

de los Estados en la garantía del derecho a la información y la comunicación y su presencia en la garantía del avance de la lógica comercial y mercantil.

Hacia fines del año 2003 y principios del 2004, este estado de quietud del debate internacional empezó a verse alterado ante el desarrollo de diversos encuentros, convenciones y cumbres. Durante los encuentros preparatorios de cara a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, las organizaciones de la sociedad civil y sin fines de lucro fueron convocadas, por primera vez en la historia del sistema de las Naciones Unidas, a plantear su posición respecto al derecho a la comunicación en el ámbito internacional.

En su tesis doctoral, Kejval (2016) plantea que este renovado interés por el debate en el ámbito global y la incorporación de los medios sin fines de lucro obedece a dos factores. Por un lado, al capital político acumulado por las redes internacionales de medios alternativos, comunitarios y populares, que ya hacía tiempo habían entendido que debían organizarse para disputar las agendas y la legitimidad frente a un sistema de medios cada vez más comercial y concentrado. Las redes se constituyeron, para los ámbitos globales de debate, como actores ineludibles. Sin embargo, el activismo internacional también se debe a la necesidad de respuesta ante la avanzada de organismos internacionales, como la Organización Mundial del Comercio, hacia procesos de integración desde una perspectiva mercantil, de liberalización y desregulación - que se verán frustrados en la VI Cumbre de las Américas realizada en Mar del Plata en 2005, cuando varios Estados de la región latinoamericana rechazaron el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) -. El activismo global se debe también a la resistencia a ese avance del poder económico.

Los factores mencionados, en los contextos descritos, fueron consolidando a los medios sin fines de lucro como actores cuya identidad política marcaba ciertas continuidades - respecto a las décadas precedentes - y regularidades - en tanto colectivo con rasgos comunes - a la vez que comenzaba a manifestar y consolidar diferencias. Estas diferencias entre los propios medios alternativos, comunitarios y populares se plantearon en relación al vínculo entre comunicación y política y el rol de los medios en ese vínculo. En un contexto en el que la propia relación entre los medios y el Estado empezó también a cambiar. Como afirma Kejval, los medios sin fines de lucro *"oscilaron entre su articulación como configuración discursiva -y como proyectos político comunicacionales- y la tendencia a la dispersión"* (2016: 170).

Al igual que en las décadas precedentes y ya analizadas, los medios alternativos, comunitarios y populares siguieron identificando sus prácticas como en oposición a los medios de comunicación comerciales, concentrados y orientados por el fin del lucro, poniendo sobre la mesa la dimensión del poder en el ámbito de las comunicaciones. En este marco, se revitalizaron variadas significaciones que constituyeron la identidad de estas experiencias como son la idea de *lo colectivo*. Como ya mencionamos previamente, desde el 2001 se

empezaron a poner en cuestión ciertos sentidos comunes hegemónicos y la idea de lo colectivo se esgrimió en oposición al individualismo que propuso el neoliberalismo. Se revitalizó también la idea de *participación* de las voces excluidas del sistema en la programación, en la producción de los medios e, incluso, en su gestión como rasgo distintivo. Esto implicó también la revitalización de la discusión en torno al vínculo entre emisorxs y receptorxs y la idea de construir comunicación como un diálogo entre ambxs, en conjunto con la intención de *incidir* en la opinión pública, *disputar* agendas mediáticas, repensar *lenguajes y códigos*, *ampliar* las audiencias y, con todo eso, construir *masividad*, en oposición a la idea de las experiencias comunicacionales sin fines de lucro como marginales y limitadas. En este contexto, continuaron también las reflexiones en torno a la sostenibilidad de los medios sin fines de lucro, para poder concretar todos sus objetivos (Kejval, 2016).

Otra de las continuidades y regularidades, respecto de las décadas previas, fue la persistencia y revitalización del objetivo de democratizar las comunicaciones pero también de transformar la sociedad, profundamente injusta. Si bien en los '80 y en lo '90 esas discusiones estuvieron también presentes y dieron lugar a que los adjetivos alternativo, comunitario y popular no se utilizaran, por momentos, indistintamente, y fueran protagonistas de debates entre las experiencias comunicacionales, distintos hechos sucedidos a partir del 2004 fueron construyendo un escenario en el cual los vínculos entre comunicación y política ocuparan el centro del debate. La forma en la que se interpretaron los procesos de transformación social, el rol de la comunicación en ellos y la relación con los movimientos políticos y sociales que se comenzaron a organizar y cuya visibilidad creció a partir del estallido de la crisis del 2001, fueron razones de discusiones y divergencias entre las experiencias comunicacionales, que se fueron profundizando a partir de 2004[65].

La demanda por un nuevo marco regulatorio que reemplazara el Decreto-Ley de la dictadura, que incorporara a los medios sin fines de lucro como actores legales pero que también, y centralmente, garantizara el derecho a comunicar de todxs lxs ciudadanxs, continuó siendo también una demanda muy importante. Sin embargo, esta demanda no significó lo mismo para todas las experiencias y, por ello, existieron también divergencias en el carácter y objetivo de las articulaciones tejidas entre los medios (Kejval, 2016).

2.4.1. El verano democrático

En los inicios del año 2004, la centralidad de la idea de articular experiencias comunicacionales alternativas, comunitarias y populares para consolidar su fortaleza se

[65] Para un análisis pormenorizado de las diferentes perspectivas que se pusieron en discusión en torno al vínculo entre comunicación y política ver: Kejval, Larisa (2016). *Reconfiguraciones de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas (1983-2015)*. Tesis para optar por el título de Doctora en Ciencias Sociales Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Buenos Aires. Director: Dr. Damián Loreti. Co-directora: Dra. Mónica Petracci. Buenos Aires.

cristalizó en la conformación de la denominada Coalición por una Radiodifusión Democrática, cuyo objetivo central fue la lucha por una nueva regulación para las comunicaciones en nuestro país. FARCO, en conjunto con AMARC, tomaron la iniciativa de conformar un espacio con todos los sectores que estuvieran comprometidos con la sanción de una nueva ley de la democracia, alentadxs por un cambio de signo político en la conducción del Estado, que prometía un cambio cultural[66].

> *Era claro que la fuerza de los grupos concentrados impedía siquiera debatir la posibilidad de una nueva ley. En el campo popular existía la certeza de que la Ley -como cualquier ley- sería el producto de una correlación de fuerzas. Por eso, el gran desafío era construir la fuerza social y política necesaria para hacer posible el debate y la aprobación de una nueva normativa* (Busso y Jaimes, op. cit.: 43).

A la convocatoria de los medios alternativos, comunitarios y populares se sumaron trabajadorxs de medios, sindicatos, investigadorxs, intelectuales, universidades, carreras de comunicación, estudiantes, cooperativas, organizaciones de derechos humanos, pueblos originarios, movimientos sociales, músicxs y militantes sin espacio orgánico. Una de las primeras tareas que se propuso la Coalición no fue redactar un proyecto de ley sino elaborar una serie de puntos que pudieran condensar los contenidos fundamentales, en los que acordaran todxs lxs actorxs, que debería tener una regulación que considerara a la comunicación como un derecho humano, que surgiera de las prácticas y de las perspectivas de lxs propixs participantes. Dejando de lado las diferencias, la Coalición logró consensuar, luego de 21 años de la vuelta a la democracia, "21 puntos por una Ley de Radiodifusión de la Democracia"[67].

Con esos puntos en mano, la Coalición comenzó una campaña para salir del debate entre especialistas y llevar la demanda a la agenda pública, contra los medios comerciales que procuraban ocultarla. Juntada de adhesiones y firmas mediante -confiada en un contexto internacional de discusión en torno a la democratización de las comunicaciones y el rol de los medios sin fines de lucro- la Coalición intentó conseguir una reunión con el presidente Néstor Kirchner aunque finalmente fue recibida por el Secretario General de la Presidencia, Oscar Parrilli; el Secretario de Medios, Enrique Albistur y el Coordinador General del COMFER, Sergio Fernández Novoa. En aquel encuentro, como relatan sus protagonistas, el Gobierno aceptó que la Ley era una deuda pendiente de la democracia pero reconoció que la correlación

[66] En 2004, en la ciudad de Neuquén, también se conformó la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA), que llegó a contar hacia 2015 con 70 integrantes, entre lxs que se encontraban no sólo emisoras de radio sino también televisoras comunitarias, agencias informativas, revistas, periódicos, sitios de internet y colectivos audiovisuales. Como veremos más adelante; lxs articularon demandas diferentes a las de FARCO y AMARC.

[67] Los 21 Puntos por una Ley de Radiodifusión de la Democracia pueden leerse en http://www.telam.com.ar/advf/imagenes/especiales/documentos/2012/11/509435587ec92.pdf. Recuperado el 25 de junio de 2018.

de fuerzas no era favorable como para incluirla en la agenda oficial. Sin el “apoyo de la ciudadanía” no sería posible (Busso y Jaimes, op. cit.).

Sin embargo, la Coalición no se limitó a interpelar al Poder Ejecutivo. También intentó llevar la iniciativa de los 21 Puntos a distintxs diputadxs y finalmente fue recibida por Eduardo Camaño, Presidente de la Cámara de Diputados, y por Osvaldo Nemirovsci, presidente de la Comisión de Comunicación e Informática, que se cristalizaría algunos años después en una declaración de adhesión por mayoría en 2008.

Hacia mediados del 2004 el COMFER autorizó, mediante las resoluciones 124 y 215 firmadas por el entonces interventor del organismo Julio Bárbaro, llamar a Concursos de Adjudicación de Licencias de radios de Frecuencia Modulada. Esta medida fue inmediatamente impugnada por FARCO, en el marco del cuestionamiento general del Decreto-Ley 22.285, porque limitaba el acceso a esas licencias a las organizaciones sin fines de lucro. Esa impugnación, basada en los Fallos de la Corte Suprema a favor algunas organizaciones en 2003, fue aceptada por la Secretaría General de la Presidencia en junio de 2004 a través de la Resolución 311 (Busso y Jaimes, op. cit.).

Los primeros meses del año 2005 también dieron muestras de algunos avances. El 4 de marzo, FARCO había inaugurado su Centro de Producción y Transmisión Satelital en Rosario, Santa Fe, que significó el inicio de un proceso de construcción de agendas y la tan buscada incidencia en la opinión pública desde una mirada comunitaria y popular, a su vez que cristalizaba también la articulación de distintos medios. Luego de seis años, el Informativo FARCO era transmitido por más de 170 emisoras de radio en todo el país y producido por varios medios que defendían la idea de hacer comunicación desde la diversidad cultural y con una mirada federal. Por otro lado, en abril de ese año también se logró el otorgamiento de la primera licencia de radio a un medio en manos de pueblos originarios, a partir del convenio entre el COMFER y el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI), que se constituyó como un hito en el acceso del derecho a la comunicación en nuestro país.

2.4.2. No todo es color de rosas

La esperanza con la que las organizaciones sin fines de lucro habían transitado el 2004 y comenzado el 2005 tuvo una corta existencia. Como vimos, hacia fines del 2004, el COMFER le había otorgado la extensión de las licencias al Canal 11 -Grupo Telefónica- y al Canal 13 -Grupo Clarín- por un plazo de 10 años. A esto se sumó la suspensión por 10 años los plazos de las licencias de radiodifusión a través del Decreto 527/05. La Coalición interpretó este gesto del Ejecutivo como la inviabilidad de reemplazar la ley de la dictadura, que implicaría un enfrentamiento directo con las empresas concentradas de medios, lo que generó que la Coalición entrara en una etapa de escasa capacidad de incidencia y movilización que

duró hasta el 2008 (Busso y Jaimes, op. cit.). El entonces presidente de FARCO, Néstor Busso, firmó una declaración titulada “Un paso atrás para la democracia” que señaló:

> *El Decreto 527 es una capitulación. Los grandes grupos económicos que controlan la comunicación y la información tienen 10 años más para imponer su discurso único y su modelo de concentración de la riqueza. Con este decreto el gobierno consolida la concentración de la propiedad de medios que sufrimos en Argentina. Mientras anuncian la prórroga de las licencias, cientos de organizaciones sociales y miles de pequeños y medianos emprendedores quedan excluidos de la posibilidad de acceder a una licencia (…) El Decreto 527 fue un balde de agua fría a esas expectativas aunque seguimos insistiendo en la necesidad de una nueva Ley y sabemos que un proyecto está listo para ser presentado por el Presidente de la Comisión de Comunicaciones en Diputados. Aunque las corporación no tienen necesidad ni urgencia para una nueva ley porque ellos ya tienen su Decreto* (Busso y Jaimes, op. cit.: 54).

Quedaba claro que no estaba dado el escenario para avanzar en una nueva regulación porque aún la correlación de fuerzas no era favorable para disputarle poder a los monopolios. Todavía faltaba un largo camino por recorrer.

2.4.3. El reconocimiento tan militado

La sanción de la Ley 26.053 a fines del año 2005, que modificó el artículo 45 del Decreto-Ley 22.285 que excluía a las organizaciones sin fines de lucro del acceso a las licencias por no poseer un fin comercial, fue considerado por los medios alternativos, comunitarios y populares como un triunfo del sector y un gran avance hacia un nuevo paradigma. Sin embargo, fue cuestionado por los límites impuestos a las cooperativas de servicios públicos, a partir del poder de lobby de los grandes medios concentrados, temerosos de la competencia de las proveedoras de cable.

En el ámbito internacional, los medios alternativos, comunitarios y populares también obtuvieron un triunfo al adoptar la UNESCO la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad Cultural como principio jurídico internacional, que definía la diversidad como patrimonio de la humanidad que debe ser no sólo defendido sino también promovido por los Estados. Esta convención planteó que se deben diseñar los marcos legales y las políticas públicas necesarias para proteger la diversidad de expresiones culturales y reconoció que son las organizaciones de la sociedad civil, entre las que se encuentran los medios sin fines de lucro, una de las principales promotoras de la cultura y la participación (Busso y Jaimes, op. cit.).

El año 2005 finalizó con la realización del censo convocado por el COMFER para relevar la cantidad de medios sin fines de lucro funcionando en el país, para su pronta legalización.

A través de la Resolución 753 del 2006, el COMFER autorizó finalmente el funcionamiento de 126 radios pertenecientes a organizaciones sin fines comerciales, luego de más de quince años de lucha. A su vez, el año 2007 encontró al sector con otro triunfo. Desde la Asociación Madres de Plaza de Mayo, símbolo de lucha contra la dictadura, se concretó un proyecto de instalar una emisora AM en la Ciudad de Buenos Aires, como propuesta comunicacional donde se construyera una mirada diferente a la hegemónica sobre los sectores populares y las organizaciones sociales. Luego de su lanzamiento en Plaza de Mayo con una actividad pública denominada "Por una Ley de Radiodifusión que nos haga libres", la iniciativa fue avalada y reconocida por el Ejecutivo Nacional. El entonces presidente Néstor Kirchner recibió en septiembre de 2007 a Hebe de Bonafini, titular de la Asociación Madres de Plaza de Mayo, Pedro Lanteri, director de la radio, y a Néstor Busso, presidente de FARCO, y le entregó a la radio el decreto con su licencia. Ante el planteo de la necesidad de sancionar una nueva Ley de Radiodifusión de la democracia, el presidente contestó: *"eso lo va a hacer Cristina"* (Busso y Jaimes, op. cit.: 60).

Ese mismo mes, Radio Encuentro, emisora que funcionaba desde los '80, fundadora de FARCO e integrante de ALER, logra su licencia. Los triunfos alcanzados llenaban de optimismo a los medios alternativos, comunitarios y populares, que veían ahora menos imposible el avance hacia un nuevo paradigma comunicacional y una nueva Ley de la democracia.

> *Hasta aquí podría decirse que cierra una etapa de lenta y sostenida construcción social y política de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, marcada por una estrategia de instalación pública y permanente de la importancia y urgencia de una Ley de Radiodifusión de la democracia. Había que hacer visible un tema muy difícil de instalar masivamente, justamente a causa de los intereses de las grandes corporaciones mediáticas.*
>
> *Hasta el momento se habían conseguido algunos logros importantes, entre los cuales se encontraban los fallos legales a favor de las asociaciones sin fines de lucro, la modificación del artículo 45 de la vieja ley, la obtención de algunas licencias de emisoras comunitarias, el "reconocimiento" de 126 radios de entidades sin fines de lucro y, desde lo cualitativo, el sostenimiento del entramado organizacional que, con sus avances y retrocesos, era la garantía para seguir con la lucha por una nueva ley* (Busso y Jaimes, op. cit.: 61).

Fue en 2008, cuando por primera vez en la historia de nuestro país un gobierno rompió sus alianzas con el poder mediático concentrado y la situación de subordinación del Estado respecto de las empresas, que la historia de los medios alternativos, comunitarios y populares cambió radicalmente. Veremos en el próximo apartado el rol que estos propios actores jugaron para ser artífices de su propio destino.

2.5. Estado garante del derecho a comunicar

El primer período de gobierno de Cristina Fernández de Kirchner significó la ruptura definitiva con la *racionalidad* del Estado como garante de los negocios privados, y su reconfiguración como un Estado garante del derecho a comunicar. Dicha ruptura comenzó en una disputa político/económica que no involucraba directamente al campo comunicacional, pero que polarizó las posiciones del Gobierno y el sistema de medios concentrado en veredas opuestas, abriendo la posibilidad para una disputa por un nuevo modelo comunicacional a todo el espectro de actorxs que venían pugnando por ello y que ahora encontraban en el Gobierno Nacional un aliado directo. Esta coyuntura decantaría en la sanción de la LSCA y numerosas políticas públicas tendientes a la desconcentración del mapa mediático y el fomento a voces históricamente excluidas.

2.5.1. La disputa por una nueva comunicación 2008-2015

El 28 de octubre del 2007 la fórmula Cristina Fernández de Kirchner-Julio Cobos ganaba las elecciones presidenciales en primera vuelta, obteniendo más del 45% de los votos y superando por más de 22 puntos a quienes quedaron en segundo lugar. La aplastante victoria señalaba la ratificación por la ciudadanía del rumbo político adoptado por el país a partir de 2003.

El 11 de marzo de 2008, exactamente tres meses y un día después de la asunción del nuevo gobierno, entraba en vigencia la medida política más controversial de las últimas décadas de la Argentina, diseñada por el entonces Ministro de Economía Martín Lousteau. La resolución 125/2008[68] establecía un régimen de retenciones móviles a las exportaciones de granos de maíz, soja, girasol y trigo sin industrialización, sujetando el porcentaje de retenciones a las variaciones de los precios internacionales de dichos granos. La reacción de las diferentes organizaciones empresarias que nucleaban a los sectores agropecuarios no tardó en llegar, y el 12 de marzo la Sociedad Rural Argentina, las Confederaciones Rurales Argentinas, la Federación Agraria y CONINAGRO declararon el primer paro comercial de lo que sería un período cargado de sucesivas medidas medidas de fuerza, que incluyeron además cortes de ruta, descarte de producción, quema de campos, entre otras. Había comenzado lo que más tarde sería denominado como el *Lock out* empresarial del campo.

Para el 25 de ese mes las posiciones se habían radicalizado. Las patronales agrarias decretaron un paro por tiempo indeterminado y Cristina Fernández calificó las protestas como "piquetes de la abundancia"[69], manifestando que los sectores agrarios habían sido los

[68] Resolución completa disponible en: http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=138567

[69] "El discurso de la presidenta en la Casa Rosada", *Clarín*, 26 de marzo de 2008. Disponible en: https://www.clarin.com/ediciones-anteriores/fuerte-replica-cristina-campo-voy-someter-extorsion_0_BJhisTAaFx.html

principales beneficiarios de las políticas de los últimos años. El conflicto seguiría escalando y obligaría al Gobierno a enviar un proyecto de Ley al Congreso para que fuera el Poder Legislativo quien dirimiese las diferencias que habían tocado puntos irreconciliables y se habían extendido a la sociedad, masificando los efectos de la disputa política.

El resultado es conocido. Ante la votación empatada en la Cámara Alta, que debía definir el destino del proyecto, el Vicepresidente Cobos tuvo que desempatar y su voto fue *no positivo.* Los sectores más concentrados de la economía argentina habían logrado su objetivo: masificaron sus posiciones logrando la empatía de grandes sectores de la sociedad que se embanderaron con su causa, quebraron el bloque político gobernante, y dieron por tierra con la iniciativa del Gobierno. Para esto fueron actores decisivos y fundamentales los grandes medios de comunicación privados y el tratamiento absolutamente parcial y tendencioso que hicieron del conflicto. Más allá de la explícita toma de posición en cuanto al debate por la Ley en sí, los grupos mediáticos dominantes encabezados por Clarín, llevaron adelante una cobertura discriminatoria en la que se enaltecía la lucha y resistencia de *"la gente"* a favor del campo en contraposición a *"los piqueteros"*, modo en el que se referían al también amplio espectro social que apoyaba al Gobierno. Por otro lado, las operaciones del multimedio no sólo fueron semánticas sino también retóricas[70]. Pantallas partidas que equiparaban manifestantes con autoridades del Gobierno, planos cortos de flacas manifestaciones para mostrarlas más contundentes de lo que eran, atribución de actos de violencia a quienes apoyaban la medida oficialista al tiempo que se ocultaban los protagonizados por quienes apoyaban al *"campo"*[71], reforzando la estigmatización, la falta de objetividad en el tratamiento de los hechos y la desinformación, fueron sólo algunas de las armas del arsenal mediático desplegadas por los grupos privados que le declararon la guerra al Gobierno, ocultando también sus propios intereses económicos en el conflicto representados, por ejemplo, en las enormes pautas publicitarias con las que los sectores agrarios los financiaban.

La agudización de las tensiones políticas que llevó a los grandes medios concentrados a radicalizar sus posiciones contra el gobierno, también generó que diversos sectores que venían acompañando en mayor o menor medida las políticas del kirchnerismo reforzaran su apoyo y empezaran a demandar profundizaciones que no estaban necesariamente en agenda. Particularmente, el tratamiento mediático del conflicto por parte de los medios hegemónicos provocó reacciones que empezaron a poner sobre la mesa la necesidad de discutir en serio una reforma del sistema comunicacional argentino. Fue la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, a través de una resolución de su Consejo Directivo del 1 de abril,

[70]Casullo, Nicolás. "Nuevas memorias de marzo", *Página 12*, 30 de marzo de 2008. Disponible en: https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-101535-2008-03-30.html

[71] Krakowiak, Fernando. "Lo que dejaron los piquetes rurales", *Página 12*, 23 de marzo de 2008. Disponible en: https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-106525-2008-06-23.html

la pionera en vincular la discusión por una reforma comunicacional con el conflicto político económico que atravesaba el país. En la misma, la institución denunciaba el accionar parcial, discriminatorio, poco profesional y ético de los grandes medios, al tiempo que reclamaba la intervención del Estado a través del COMFER para investigar las expresiones discriminatorias durante la cobertura, y manifestaba la necesidad de una ley democrática de radiodifusión[72].

Unos días después de su publicación los principales diarios del país respondieron expresando su visión sobre el tema, dejando bien clara su posición sobre el rol que el Estado debía tener en el mapa comunicacional en general, y en la discusión sobre una nueva Ley en particular. Clarín, haciendo énfasis en que la posibilidad de una nueva legislación no había sido planteada en campaña y estaba siendo instalada por el contexto político del país, expresaba que "*la amplitud y riqueza de la comunicación está garantizada solamente por la debida rendición de cuentas del Ejecutivo sobre las cuestiones de interés público, y no, a la inversa, por el control del Estado sobre lo que se publica o lo que se dice en los canales y en las radios"*[73]. Empezaba a instalar con esto, desde el título de su publicación "Qué se esconde detrás del debate sobre la futura Ley de radiodifusión", que cualquier intento de reforma tenía como intención la intromisión del Gobierno en los medios privados para el control de sus contenidos, perspectiva que mantuvo durante todo el debate sobre la ley a la que intencionalmente bautizó *Ley de medios.* Por su parte, La Nación declaraba en una editorial del 22 de abril

> *Las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires han cometido una evidente equivocación al lanzarse a opinar públicamente sobre el mayor o menor acierto con que los medios periodísticos del país han cubierto la información relativa al conflicto entre el campo y el gobierno nacional. Al proceder de ese modo, quienes conducen los destinos de esa casa de altos estudios han demostrado un preocupante desconocimiento del respeto que debe inspirar a los órganos del Estado la misión del periodismo independiente en un país comprometido con la causa de la democracia y con el respaldo irrestricto a las libertades de pensamiento y de expresión. Es desalentador que la institución educativa consagrada a la tarea de formar a los futuros profesionales del periodismo se haya sometido en este caso tan rígidamente a los deseos y a las instrucciones de un gobierno cuya tendencia al autoritarismo y a la intolerancia es*

[72] Resolución completa disponible en: https://conadu.org.ar/resolucion-del-consejo-directivo-de-la-facultad-de-ciencias-sociales-de-la-uba-ante-la-actuacion-de-lo-medios-durante-el-lock-out-patronal-del-campo/

[73] "Qué se esconde detrás del debate sobre la futura Ley de Radiodifusión", *Clarín*, 4 de mayo de 2008. Disponible en: https://www.clarin.com/ediciones-anteriores/esconde-detras-debate-futura-ley-radiodifusion_0_ByfWE86ATtg.html

sobradamente conocida [...] No corresponde que el Estado -ya lo dijimos otras veces en esta columna- establezca mecanismos de seguimiento y vigilancia de los medios periodísticos, tendientes a controlarlos o a refutar sistemáticamente sus prédicas o sus puntos de vista.[74]

Por su parte, Cristina Fernández había manifestado apenas unos días antes de esas publicaciones en un acto en plaza de Mayo, *"veo el rostro de un pasado (golpista) que pareciera que quiere volver, pero esta vez no vienen acompañados de tanques sino de generales multimediáticos"*[75]. La relación entre el Estado y los medios comerciales estaba definitivamente quebrada y sin posibilidades de retorno.

Las manifestaciones de los medios concentrados se debieron también a que, a raíz de la declaración de la casa de estudios de la UBA, algunas de sus principales autoridades fueron convocadas por la Presidenta de la Nación a una reunión en la Casa Rosada para discutir el tema. Esa reunión marcó un primer paso efectivo por parte del Gobierno en el camino hacia la nueva Ley. Ante los planteos de las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales y la carrera de Ciencias de la Comunicación, que llevaron un informe sobre la cobertura de los medios del conflicto y sugirieron la necesidad de una nueva Ley, Cristina Fernández expresó que meterse con los grandes medios *"es imposible, pero alguien tiene que hacerlo"*[76].

El 16 de abril se realizó una nueva reunión en la Casa Rosada, esta vez entre representantes del Gobierno y la Coalición por una Radiodifusión Democrática. De esta reunión surgió el compromiso por parte del Ejecutivo de iniciar una primera ronda de consultas con todos los sectores involucrados e interesados en la discusión por una nueva Ley, para la construcción y presentación de un pre proyecto, que tendría como estructura principal los 21 puntos. Dichas reuniones se llevaron a cabo, y en las mismas la Presidenta recibió a empresarixs, sindicatos, universidades, artistas, cineastas, etc., dando como resultado un pre proyecto que sería presentado el 18 de marzo del 2009 en el Teatro Argentino de La Plata bajo el nombre de *"Propuesta de Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual"*. Ya el primero de marzo de ese año, en la apertura de sesiones del legislativas ordinarias del Congreso de la Nación, Cristina Fernández había anunciado que el Ejecutivo presentaría un proyecto de Ley de radiodifusión, y luego de la presentación del pre proyecto unas semanas después en La Plata, el mismo sería sometido a un proceso de discusión y debate público a nivel nacional a través de los *Foros Participativos de Consulta Pública*, por explícita decisión presidencial (Baranchuk; 2011). Desde entonces hasta finales de julio se realizaron 24 foros

[74] "Dirigismo periodístico", *La Nación*, 22 de abril de 2008. Disponible en: https://www.lanacion.com.ar/1006334-dirigismo-periodistico

[75] "Cristina Kirchner afirma que la rebelión agraria quiere sacarla del poder", *El Mundo,* 2 de abril de 2008. Disponible en: http://www.elmundo.es/elmundo/2008/04/01/internacional/1207084090.html

[76] Moyano, Mariana. "Había nacido el kirchnerismo", *Revista Panamá*, 13 de marzo de 2018. Disponible en: http://panamarevista.com/habia-nacido-el-kirchnerismo/

en distintos puntos del país a los que asistieron más de diez mil ciudadanxs (Bulla; 2011). Al mismo tiempo, la página web del COMFER habilitó un mail para que cualquier persona enviase propuestas de modificaciones al pre proyecto, a título personal o en representación de algún colectivo, y se recabaron por esa vía unas 1200 propuestas (Baranchuk; op. cit.). Este proceso de participación popular inédito en la conformación de un proyecto de Ley en el país dio como resultado alrededor de ciento veinte modificaciones del pre proyecto.

Con estas incorporaciones, el Poder Ejecutivo envió el proyecto al Congreso Nacional el 27 de Agosto de 2009, un año y medio después de haber comenzado a abordar la discusión por una nueva Ley de radiodifusión. Tanto la cámara baja, donde se trató primero, como la cámara alta, organizaron audiencias y consultas públicas antes de discutir la propuesta en el recinto. Estas nuevas instancias participativas, sumadas a las propuestas de algunxs legisladorxs, incorporaron unas veinte modificaciones más al proyecto (Kejval; 2016). El mismo fue aprobado el 16 de septiembre por la Cámara de Diputados y, finalmente, en la madrugada del 10 de octubre de 2009 se convertiría en Ley tras la aprobación de la Cámara de Senadores. La democracia argentina saldaba, al menos en primera instancia, una deuda histórica que acarreaba de décadas, y lo hacía con el proceso de participación e intervención ciudadana más amplio y profundo de la etapa post dictadura, tanto en la concepción del proyecto como en lo que finalmente se incluyó en su articulado (Bulla; op. cit.). Finalmente se había logrado alinear un amplio espectro social, tanto ciudadano como de organizaciones, con la voluntad política de un Gobierno decidido a enfrentar al *Establishment,* tras el objetivo de reestructurar el mapa comunicacional argentino (Baranchuk; op. cit.), configurando una situación tan excepcional como histórica cuyos efectos modificarían definitivamente la discusión sobre los medios de comunicación en nuestro país.

> *Porque si bien todas las fuerzas políticas mayoritarias no cumplieron su palabra (empeñada ya desde 1983) respecto de la derogación del decreto de la dictadura cívico/militar [...] ello no significó que no se hayan realizado intentos de saldar aquella deuda infame. Hasta la llegada de Cristina Fernández de Kirchner a la presidencia de la Nación, los distintos Gobiernos no pudieron, no supieron o no quisieron hacerlo.*
>
> *Aquel auténtico manifiesto entregado por la CRD al presidente Néstor Kirchner en 2004 [...] requería para su traducción legislativa, de la construcción de una fuerza política y social todavía ausente a la salida de la fenomenal crisis de 2001. Por eso no debe sorprender que, con un triunfo resonante en primera vuelta electoral a fines de 2007 y -sobre todo- con una voluntad política inquebrantable y el coraje imprescindible para transformar la sociedad, su sucesora asumiera el compromiso de saldar aquella deuda vergonzosa y vergonzante para nuestra democracia (Bulla,* op. cit. *pp.93-94)*

2.5.2. La Ley 26.522: una nueva racionalidad estatal sobre la comunicación

La nueva normativa trajo consigo cambios profundos no sólo en la lógica de su construcción sino también, y fundamentalmente, en los contenidos de su articulado y la directrices que la orientan. El primer cambio sustancial, y tal vez el que ordena y engloba el resto de las concepciones que sustentan el texto de la Ley, es la perspectiva de derechos humanos bajo la cual se colocó a la comunicación.

> *La sanción de la Ley 26.522 puso en juego la regulación de los medios audiovisuales desde un paradigma de derechos humanos. El fomento de la diversidad de voces y el pluralismo como presupuestos básicos del ejercicio del derecho a la comunicación se han convertido en desafíos centrales frente a las lógicas de globalización, integración comercial y libre comercio (Loreti y Lozano; 2014; p.188-189).*

La comunicación, como vimos a los largo de este capítulo, había sido regulada, re-regulada y desregulada en el país con la primacía de una concepción comercial sobre la misma, y atendiendo más a los intereses de las corporaciones privadas que a las necesidades democráticas de la ciudadanía. El cambio de paradigma, tal como lo denominan Loreti y Lozano, sería el quiebre fundamental que la nueva Ley traería al universo comunicacional argentino y que afectaría a todxs lxs actores implicadxs en el mismo. En el cuerpo de la misma, esta concepción queda establecida a partir de la definición de los servicios de comunicación audiovisual como una actividad de interés público:

> *Artículo 2 - Carácter y alcances de la definición.*
>
> *La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones [...] La condición de actividad de interés público importa la preservación y el desarrollo de las actividades previstas en la presente como parte de las obligaciones del Estado nacional establecidas en el artículo 75 inciso 19 de la Constitución Nacional. A tal efecto, la comunicación audiovisual en cualquiera de sus soportes resulta una actividad social de interés público, en la que el Estado debe salvaguardar el derecho a la información, a la participación, preservación y desarrollo del Estado de Derecho, así como los valores de la libertad de expresión*[77]*.*

[77] Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Disponible en http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm

En esta definición encontramos un importante contraste con la perspectiva netamente comercial con la cual el Decreto-Ley 22.285 venía regulando la radiodifusión desde su sanción en 1980. Por otro lado, se evidencia su articulación con la normativa internacional ya que la definición misma del derecho humano a la comunicación es tomada casi textualmente del Artículo 13 de la Convención Interamericana sobre Derechos Humanos, que trata sobre la libertad de pensamiento y expresión. Sumado a esto, los objetivos que se definen en el artículo 3 para la comunicación audiovisual y los contenidos de sus emisiones, plantean una concepción de la comunicación como derecho humano, en línea con los textos internacionales (Kejval; op. cit.).

La influencia de los postulados internacionales sobre la libertad de expresión y el derecho a la comunicación es permanente en el espíritu y el texto de la ley, y contrasta con respecto al Decreto-Ley 22.285 en otro de los puntos nodales, otro de los corazones de la LSCA: la definición de lxs actorxs habilitadxs para acceder a licencias.

Vimos a lo largo del recorrido establecido en el marco teórico como, para los organismos supra nacionales, el respeto y la garantía de una efectiva libertad de expresión en una sociedad implica necesariamente la pluralidad y diversidad de voces. Las dos dimensiones de la libertad de expresión planteadas por la Opinión Consultiva 5/85 de la Corte IDH, marcan que para que dicho derecho esté completamente garantizado en una sociedad es indispensable el acceso sin discriminación a los medios de comunicación. En este sentido, la Ley 26.522 avanzó otro paso sustancial y decisivo a partir del reconocimiento de un sector que hasta entonces había sido negado por el Estado y relegado por ende a la ilegalidad. El sector de los medios sin fines de lucro fue clave en la disputa por una nueva ley y, de hecho, los 21 puntos que se constituyeron en su esqueleto nacieron de las experiencias, los debates y los aportes de aquellxs que venían practicando la comunicación por fuera de los márgenes en que el Estado la encuadraba, y la limitaba.

Con la derogación durante el mandato de Néstor Kirchner del texto del Decreto-Ley 22.285 que establecía el requisito del fin de lucro para el acceso a licencias de radiodifusión, los medios comunitarios, alternativos y populares dejaron de ser ilegales, pero aún no tenían garantizadas las condiciones de accesibilidad a la voz pública que necesitaban para desarrollarse con fuerza y sustentabilidad. La LSCA, ya en el anteriormente citado artículo 2, establece que

> *[...] La explotación de los servicios de comunicación audiovisual podrá ser efectuada por prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro, los que deberán tener capacidad de operar y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles [...] El objeto primordial de la actividad brindada por los servicios regulados en la presente es la promoción de la diversidad y la universalidad en el acceso y la*

participación, implicando ello igualdad de oportunidades de todos los habitantes de la Nación para acceder a los beneficios de su prestación.

A su vez, se modificó la definición de lxs sujetxs pasibles de ejercer la comunicación en el país, pasando de licenciatarixs a *prestadores*. Esto se definió en función del servicio que se presta y no de la propiedad de un bien que es, en definitiva, propiedad colectiva del Estado. Por otro lado, el artículo 3 expresa como objetivos de la LSCA

La participación de los medios de comunicación como formadores de sujetos, de actores sociales y de diferentes modos de comprensión de la vida y del mundo, con pluralidad de puntos de vista y debate pleno de las ideas[78]

En tanto la Ley reconoce como actorxs a los medios comunitarios y sin fines de lucro, y se plantea como un objetivo real la pluralidad en cuanto a las formas de percibir el mundo, abre la posibilidad a que sean esos actorxs diversos quienes encarnen esa pluralidad en el sistema comunicacional del país. Avanza para ello, siguiendo también en esto las recomendaciones de los organismos internacionales, en la delimitación equitativa del espectro radioeléctrico y su asignación a los distintos tipos de prestadores. Estos están definidos por el citado artículo 2 en tres categorías: de gestión estatal; de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro. El sector privado sin fines de lucro cuenta con una reserva exclusiva del 33% del espectro radioeléctrico, independientemente de su capacidad de ocupación de ese espacio en cualquier área determinada. Es decir, en la totalidad del territorio nacional, siempre deberá existir un 33% del espectro liberado para medios sin fines de lucro, y ese espacio no podrá ser ocupado por prestadores de otra naturaleza en ningún caso. Así lo expresa el artículo 89 inciso f) de la Ley.

Esta reserva del espectro, sumada a la estipulada para medios estatales entre los que se contemplan los medios públicos, provinciales, municipales, universitarios y de Pueblos Originarios -Artículo 89, Incisos a), b), c), d), e)- marca un rotundo cambio de perspectiva con respecto a la legislación anterior y la racionalidad con la que el Estado concebía la comunicación. El resguardo de pluralismo y la diversidad se materializan con esta contundencia por primera vez en un cuerpo legal que regule el campo comunicacional del país, marcando el espíritu pluralista de la LSCA y la voluntad política que la impulsó. La comunicación en la Argentina dejaba de estar librada a los designios del mercado y sus actores dominantes, para ser entendida como un derecho humano a ser garantizado y fomentado por el Estado, que necesariamente debía incluir sujetxs con otras lógicas que las comerciales.

[78] Cabe aclarar que dicho objetivo surgió del proceso participativo de construcción de la Ley, y particularmente del aporte de la CTA, AMSAFE y ATE, todas organizaciones de trabajadorxs.

Otro aspecto de avanzada en cuanto al fomento a la diversidad de la Ley 26.522 es que, tal como describe Loreti (2011) la discriminación que se hace de los medios sin fines de lucro en la misma no es de carácter negativo como en otro países de la región, en los que se las considera de potencia limitada, con un espacio marginal del espectro o de ámbito de comuna, meramente rurales, con limitaciones para invertir, para recibir financiamiento a través de publicidad, para funcionar en red, sin protección en caso de interferencias, etc. En contraposición a esto, la LSCA realiza una discriminación positiva en la cual no solo no se limita a este tipo de prestadores con ninguna de las variables enumeradas, sino que además de reservarles una porción equitativa del espectro y condiciones igualitarias de acceso a las licencias, se les destina financiamiento específico y particular. El artículo 97, que especifica los destinos de los fondos recaudados, establece en su inciso f) que la AFSCA destinará, de todo lo recaudado,

> *el 10% para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera y de los Pueblos Originarios, con especial colaboración en los proyectos de digitalización.*

Este inciso, fruto de los aportes de diversos sectores de la comunicación alternativa, popular y comunitaria que lograron, por ejemplo, el aumento del porcentaje inicial de 4% al 10%, plasma los alcances de la Ley en cuanto al fomento a las voces que hasta entonces habían sido acalladas o, como mínimo, ignoradas en el mapa comunicacional argentino por parte del Estado. Cumpliendo las recomendaciones de los más altos estándares internacionales en cuanto al respeto a la diversidad y fomento al pluralismo, los sectores comunitarios, alternativos y populares sin fines de lucro cuentan en la ley con condiciones de excepcionalidad que buscan incorporarlos como actores efectivos del sistema de medios, condiciones que van desde el reconocimiento al financiamiento. Y muchas de estas condiciones fueron además modificaciones incorporadas directamente por estos actores.

Diego de Charras (2011) establece tres aspectos en los que destaca el resguardo al pluralismo y la diversidad en la LSCA. Uno de ellos es el tipo de prestadores que la Ley incorpora, lo cual acabamos de analizar. A ello se le suman los límites a la concentración y las cuotas de pantalla. Con respecto a la concentración, hemos definido sus características y analizado en qué medida, a partir de favorecer la conformación de oligopolios o incluso monopolios, se constituye en un profundo obstáculo para la libre circulación de información en una sociedad, afectando seriamente el pluralismo, la libertad de expresión y el derecho a la comunicación de sus ciudadanxs. En este sentido, la LSCA llegó a un sistema mediático argentino altamente concentrado a raíz del derrotero que ya analizamos, seguido desde la última dictadura cívico-militar hasta el momento de sanción de esta normativa. Ante este escenario la ley planteó nuevos límites a la propiedad y titularidad de medios, y un proceso y

esquema de desinversión y adecuación para quienes, al momento de su sanción, se encontraban excedidos de esos nuevos límites establecidos.

Dichos límites están expresados en el Artículo 45 de la Ley sobre multiplicidad de licencias, y sus puntos salientes a nivel nacional son:

- La limitación a la propiedad cruzada entre servicios de televisión satelital y televisión por cable. Se permite un máximo de 1 licencia para servicios de comunicación audiovisual sobre soporte satelital, que excluye la posibilidad de ser licenciatario de cualquier otro tipo de servicio de comunicación audiovisual (Art. 45, inciso 1.a)
- La reducción a un máximo de 10 licencias para una misma titularidad cuando se trate de servicios de radiodifusión que utilicen el espectro radioeléctrico -el Decreto-Ley 22.285 con sus modificaciones de la década del 90 permitían hasta 24 de estas licencias- (Art. 45, inciso 1.b)
- Se establece explícitamente que: *La multiplicidad de licencias -a nivel nacional y para todos los servicios- en ningún caso podrá implicar la posibilidad de prestar servicios a más del treinta y cinco por ciento (35%) del total nacional de habitantes o de abonados a los servicios referidos*
- A nivel local, la suma total de licencias en la misma área primaria de servicios no podrá ser mayor a 3.
- Se les permite a los prestadores de servicios de televisión por suscripción ser titulares de registro solo de una señal de generación propia.

Este articulado muestra la clara intención de la Ley de avanzar en una diversificación del oligopolio existente (de Charras op. cit.), a partir de criterios cuantitativos como la reducción de la cantidad de licencias permitida por titularidad, del establecimiento de cuotas de mercado límites, de la protección a niveles locales, y también cualitativos como la limitación de propiedades cruzadas y diferenciación -y limitación- entre la titularidad de licencias y señales de contenidos.

Por otro lado, el artículo 161 plantea un plazo máximo de un año a partir de cuando la autoridad de aplicación establezca mecanismos de transición para la adecuación de lxs distintxs actorxs regulados por la nueva norma que estuviesen, al momento de su sanción, incumpliendo los requisitos o límites establecidos por esta. Específicamente en lo que respecta a la titularidad de licencias, se permite excepcionalmente la transferencia de las mismas, prohibida por el artículo 41, en caso que algún licenciatario tuviera la titularidad de un número mayor al permitido. Esto puede entenderse como una facilidad para el proceso de desinversión y adecuación, que demostró también la voluntad de consenso frente a los grupos concentrados.

En cuanto a las cuotas de pantalla, la ley mantiene su espíritu de fomento a la diversidad de voces al exigir porcentajes importantes de producción propia e independiente, nacional y

regional, entre otras exigencias. El Estado asumió la promoción de las producciones nacionales, la federalización de la producción de contenidos y, por ende, el fomento de la diversidad y el pluralismo. De Charras manifiesta así la importancia de esta perspectiva de la LSCA

> *La historia de la televisión argentina estuvo signada, prácticamente desde sus inicios, por la participación del capital extranjero y, fundamentalmente, por la primacía de los comúnmente denominados "enlatados" provenientes de EE.UU. En este sentido, la disposición de cuotas de producción nacional, local e independiente, no solo apuntan al rescate de la identidad y la producción creativa nacional, sino que, a su vez, intentan propulsar la creación de empleo en las industrias culturales regionales y del interior del país (*op. cit.*: 74)*

Otro punto en el que la Ley 26.522 marca una ruptura significativa con la legislación y las prácticas de gestión anteriores, en el sentido de fomentar la diversidad, es en lo referido a las autoridades de aplicación y seguimiento de aplicación. Sobre esto, Larisa Kejval expresa

> *[...] la ley establece instancias de decisión y asesoramiento sobre el sistema de servicios de comunicación audiovisual colegiadas, plurales y multisectoriales, situación inédita en la normativa argentina que históricamente se caracterizó por su centralismo y ausencia de representación social (*op. cit.*: 204).*

La Ley crea los siguientes entes para su aplicación y gestión:

- Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA): Es un organismo descentralizado y autárquico, en el ámbito del Poder Ejecutivo nacional, cuya función es la aplicación de la Ley.
- Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA): Dentro del ámbito del AFSCA, tiene facultades de control, asesoramiento, toma de decisiones y remoción de miembros del directorio de aquella.
- Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia: En el ámbito del AFSCA, la ley establece que debe ser multidisciplinario, pluralista y federal, y sus objetivos se relacionan con la promoción de políticas destinadas a niños, niñas y adolescentes.
- Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual: En el ámbito del Poder Legislativo, su función es fundamentalmente de control sobre la actuación del AFSCA en la aplicación de la Ley, del defensor del público, y el desempeño de las autoridades de RTA S.E.
- Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual: En el ámbito del Poder Legislativo, se orienta a vehiculizar la participación y control ciudadanos sobre el sistema en todo el país.

Estos organismos tienen un armado plural en el que se encuentran representados los sectores sociales, políticos, civiles, etc. interesados en la justa implementación de la Ley. La

AFSCA, máxima autoridad establecida por la misma, es conducida por un directorio compuesto por dos miembros nombrados por el Poder Ejecutivo nacional (el Presidente y un Director); tres Directores propuestos por la Comisión Bicameral en base a los bloques parlamentarios -uno por la mayoría, uno por la segunda minoría, uno por la tercera minoría-; dos directores propuestos por el COFECA, debiendo uno de ellos ser un académico representante de las facultades o carreras de la información, de la comunicación o periodismo de universidades nacionales. Se evidencia en la incorporación de distintos poderes del Estado -Ejecutivo y Legislativo-, de distintas fracciones políticas de dichos poderes, y en la interrelación entre los distintos organismos creados por la LSCA incluídos en este directorio, el espíritu pluralista con que la norma establece las condiciones de su funcionamiento y la dirección de su aplicación.

Por su parte, el COFECA es una novedad de la LSCA que, por su composición, profundiza ese espíritu pluralista. Se compone por un representante de cada una de la provincias y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; tres representantes por las entidades que agrupen a los prestadores privados de carácter comercial, y tres a los prestadores sin fines de lucro; un representante de las emisoras de las universidades nacionales; un representante de universidades nacionales que tengan facultades o carreras de comunicación; un representante de los medios públicos en todos los ámbitos y jurisdicciones; tres representantes de las entidades sindicales de lxs trabajadorxs de los medios de comunicación; un representante de las sociedades gestoras de derechos; un representante de Pueblos Originarios. El carácter federal expresado en la representación de todas las provincias, y la diversidad contenida en representantes comerciales, sin fines de lucro, académicos, sindicales, de Pueblos Originarios, etc. convierten a este consejo asesor en una verdadera expresión del conjunto de la sociedad en los ámbitos de decisión sobre las políticas de comunicación.

En esa misma línea sigue la Comisión Bicameral que, de forma inédita en la historia de la radiodifusión nacional, incorpora al Congreso Nacional al control permanente de la actuación de la autoridad de aplicación de la Ley, es decir, de toda la política comunicacional. Dicha comisión es de carácter permanente, dictará su propio reglamento, y se compondrá de ocho Diputadxs y ocho Senadorxs según resolución de cada cámara. Esta comisión incorpora, indirectamente a través de los representantes que elige cada dos años, a la ciudadanía en la orientación del sistema comunicacional del país, a lo que se suma la Defensoría del Público como una instancia más de control ciudadano.

Las audiencias públicas son también incorporadas por la Ley como mecanismos de participación directa de la ciudadanía para situaciones especiales, como por ejemplo la prórroga de licencias. Dice Bulla al respecto

> *La participación directa de los ciudadanos en el proceso de adjudicación de prórrogas a las licencias corporiza la idea de que las frecuencias radioeléctricas son patrimonio común de la humanidad administradas por el Estado nacional, no tienen estrictamente dueños, y son los propios ciudadanos los que forman parte de la decisión (*op. cit.: *p. 102).*

Un elemento completamente novedoso es el grado de reconocimiento a los Pueblos Originarios. Como vimos, se los incluye en los órganos de decisión y gestión a la par de todos los demás sectores de la sociedad, incluso con una discriminación positiva. La preservación y promoción de sus valores culturales figura directamente como uno de los objetivos de la Ley, en el artículo 3. A su vez, son reconocidos como prestadores públicos no estatales, y las licencias les deben ser otorgadas a demanda, sin posibilidad de negárselas, y no tendrán caducidad como las licencias comerciales. También están exentos de la restricción para transmitir en redes, lo que demuestra una perspectiva completamente disruptiva con la lógica histórica con la que las comunidades de Pueblos Originarios habían sido excluidas, no sólo de la comunicación sino de la vida social y política del país. Este espíritu pluricultural de la LSCA es un claro avance en la diversificación de las voces del mapa comunicacional argentino, a la vez que puede encuadrarse en el fomento al pluralismo.

Con este recorrido buscamos resaltar algunas, puesto que hay más, de las rupturas que la LSCA introdujo en la comunicación argentina. La racionalidad con la que el Estado encaró la reforma del mapa mediático y las voces expresadas en él fue claramente opuesta a la que guió las políticas nacionales de comunicación en todo el período anterior analizado. Esta Ley fue pensada, discutida y construida para democratizar la comunicación argentina lo cual, como vimos a lo largo del marco teórico, significa un intento por democratizar la sociedad toda.

2.6. La ruptura definitiva: el camino hacia un nuevo paradigma

Para los medios alternativos, comunitarios y populares, que tuvieron en la democratización de las comunicaciones y la transformación del marco regulatorio en nuestro país una demanda fundamental, el proceso político abierto en 2008 y la posterior sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual significó la institucionalización de esas demandas y la reconfiguración de sus identidades y prácticas, a la luz del propio proceso histórico (Kejval, 2016). El Gobierno Nacional había radicalizado su enfrentamiento con los grupos concentrados de poder mediático en 2008 y había expresado su voluntad de avanzar en una nueva normativa que democratizara las comunicaciones. Sin embargo, a pesar del triunfo que significó este avance para el sector, no todos los medios tuvieron una posición homogénea y, como afirmamos previamente, se profundizaron los debates en torno a cómo entender este escenario, cómo vincularse con el Estado y cómo incidir en el proceso de

democratización que se comenzaba a abrir. Estas discusiones durante la confección, la sanción y la paulatina aplicación de la ley fueron las que profundizaron las diferencias entre las experiencias comunicacionales alternativas, comunitarias y populares.

Siguiendo a Kejval (2016), podemos encontrar tres posicionamientos diferentes, asumidos por las tres redes en las cuales los medios estaban nucleados al momento de la sanción de Ley: FARCO, RNMA y AMARC ALC. Cada una de ellas, fue elaborando estrategias, adoptando posiciones y llevando a cabo acciones que expresaron su mirada ante la LSCA.

Por un lado, FARCO, red de radios comunitarias y populares nacida en 1990 -que para 2015 reunía 91 emisoras-, adoptó como principal demanda la sanción de una nueva ley de radiodifusión desde su origen. Desde 2004, este objetivo central dio inicio a una estrategia sostenida que buscó incidir, sobre todo, en la modificación de la correlación de fuerzas necesaria para avanzar. A partir de entonces se propuso *liderar* esa búsqueda, lo que la llevó a encabezar y conducir la Coalición por una Radiodifusión Democrática. Para FARCO, la garantía del derecho a comunicar sólo sería el resultado de esa transformación en la correlación de fuerzas, lo que implicaba una disputa entre los movimientos sociales y los medios concentrados, considerados los principales adversarios.

Con ese horizonte, FARCO -en nombre propio o desde la Coalición- protagonizó numerosas acciones previas a la sanción de la ley y, luego, posteriores en búsqueda de su aplicación. Estas acciones tuvieron como objetivo romper el “cerco mediático”, poner la discusión sobre los “21 puntos” en agenda pública y sumar adhesiones, con el fin de ampliar la base social, a la vez que también buscaron incidir en la agenda política y ampliar el marco de alianzas y articulaciones con organizaciones, movimientos y actorxs políticos (Kejval, 2016). Ejemplos de esto son las campañas de firmas en apoyo a los 21 puntos; actividades públicas como radios y programas radiofónicos; campañas de afiches, volantes y spots; paneles, foros, talleres y encuentros con diversxs actorxs y en múltiples lugares, a lo largo y a lo ancho del país. Lxs protagonistas de estas acciones resaltan también (Busso y Jaimes, op. cit.) las manifestaciones y movilizaciones para apoyar la sanción de la LSCA, como lo fueron la organizada el 27 de agosto de 2008 por la Coalición, que llevó simbólicamente en caravana el proyecto de ley hacia el Congreso, y las realizadas el 16 de septiembre y el 9 de octubre de ese mismo año, con vigilia incluida, a la espera de la sanción de la ley en las cámaras de Diputadxs y Senadorxs respectivamente. Otras de las acciones fundamentales, que marcan el cambio de relación entre los medios sin fines de lucro y el Estado, fueron las reuniones con el Poder Ejecutivo, las cartas enviadas a funcionarixs y a la propia presidenta; audiencias y reuniones con diputadxs, senadorxs, funcionarixs nacionales, provinciales y municipales, etc. Tal como describimos más arriba, el 16 de abril del 2008 la Coalición fue convocada a una reunión por la presidenta Cristina Fernández, quien recibió los 21 puntos

que luego serían la base de la nueva normativa, y prometió iniciar una ronda de consultas para luego enviar un proyecto de ley en el plazo de 60 a 90 días. La Coalición participó también activamente en los foros organizados por el Poder Ejecutivo en todo el país para elaborar el anteproyecto de ley, antes de que fuera enviado al Congreso, y luego de las audiencias públicas organizadas por el Poder Legislativo para debatir la letra y el espíritu de la normativa. Estos espacios se tornaron fundamentales para la participación de este sector, históricamente silenciado, ya que le permitió a los medios sin fines de lucro plantear sus demandas de manera explícita.

La presentación del proyecto de Ley en el Congreso fue vivido por FARCO y por la Coalición como el resultado exitoso de esa estrategia elaborada para poder incidir y modificar la correlación de fuerzas. Así lo relataron Busso y Jaimes en "La cocina de la ley":

> *El 27 de agosto de 2009, a cinco años exactamente de la presentación de los "21 Puntos" la Presidenta firma y envía al Congreso el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. El Salón de las Mujeres es el lugar elegido para la presentación. Allí señala: "Esta ley busca consagrar esa pluralidad, estos principios de que todos puedan ser escuchados, que la voz de todos y todas pueda ser escuchada, la de los que nos gustan y la de los que no nos gustan; la de los que nos conviene y la de los que no nos convienen a cada uno de nosotros". Y reconociendo expresamente el trabajo de la Coalición cierra su discurso expresando: "Muchas gracias a todos los que durante tanto tiempo esperaron, trabajaron y lucharon por este momento". El momento había llegado. [...] La Coalición llevó simbólicamente el proyecto firmado por la Presidenta al Congreso porque consideró que ese era su proyecto. Las radios comunitarias, los sindicatos, los movimientos sociales, los estudiantes de comunicación, los docentes, los religiosos, todos, todas, caminaron juntos con inmensa alegría por la concreción de una idea que había comenzado cinco años antes con unos diez o quince militantes sentados alrededor de una mesa. Ahora el último tramo de esta historia debería darse en el parlamento* (2011: 78).

La sanción de la ley en 2009 fue considerada un triunfo también propio, lo cual implicó luego tanto una defensa activa de la norma frente a su judicialización por parte de los grupos concentrados como un rol protagónico en su aplicación. FARCO encontró en el compromiso con la construcción de un nuevo paradigma comunicacional basado en el derecho a comunicar una demanda fundamental y una articulación entre los medios que la integraban (Kejval, 2016). En ese sentido, participaron activamente del COFECA en representación de los medios sin fines de lucro[79]; desarrollaron convenios con distintos organismos del Estado

[79] Néstor Busso, presidente de FARCO, fue incluso el presidente del COFECA desde 2010 hasta 2012.

y proyectos con el objetivo de desarrollar políticas públicas que fortalecieran a las radios comunitarias y populares y permitieran fortalecer el 33% del espectro radioeléctrico destinado a los medios sin fines de lucro; a la vez que desarrollaron también convenios con universidades nacionales para fortalecer la comunicación comunitaria.

El compromiso activo con la LSCA implicó, incluso, que FARCO asumiera responsabilidades en la gestión pública, pasando los medios sin fines de lucro de ser perseguidos por el Estado a ser reconocidos e incorporados en su construcción. Esto partió de una mirada del Estado diferente a la que tenían en décadas anteriores, ahora como un espacio de disputa de intereses y conflicto, como un regulador y como promotor de políticas públicas capaces de garantizar derechos. El Estado pasó a ser un espacio del cual había que defenderse a otro del cual los medios sin fines de lucro podían ser parte (Gerbaldo, 2016; Kejval, 2016).

La voluntad explícita de acompañar y ser parte del "proyecto nacional y popular", a partir de la generación de otras voces diferentes a la de los medios concentrados que tenían en el Gobierno Nacional un enemigo declarado, no estuvo exenta de tensiones y exigencias al Estado. El desarrollo de un plan técnico; la plena aplicación del FOMECA y otras líneas de financiamiento para el sector; facilitar trabas administrativas y burocráticas de acceso al Estado; nuevos encuadres laborales, etc. fueron algunas de esas demandas, que no fueron expresadas como *críticas* al Gobierno sino como *desafíos* de los propios medios sin fines de lucro, que requirieron una participación activa en el diseño de políticas públicas. Respecto a esto, Judith Gerbaldo se posicionó de la siguiente manera en su artículo "Ley Audiovisual: la construcción de un escenario de derechos y transformación"[80]:

> *Como ciudadanía deberíamos desafiarnos a debatir qué queremos hacer con nuestros proyectos comunicacionales. También desafiarnos a continuar militando la ley de medios, porque la Ley no es sólo responsabilidad del Estado, su origen es el de la ley más participativa y más discutida de la historia argentina. Su ejecución también depende de nosotros que activamente y con una mirada crítica, comprometida, enamorados y enamoradas de la democratización de las comunicaciones, sigamos resistiendo, luchando, proponiendo para profundizar, en este caso, los medios del sector social* (op. cit.: 16).

En contraposición a FARCO, la RNMA no consideró la ley como un desafío a construir ni como una conquista propia sino más bien como una demanda, de lo cual se derivó una relación más lejana con el Estado, no de articulación. La confrontación con el Estado y el

[80] Exposición oral en la Jornada *"¿Cómo ocupar el 33 por ciento? Los medios sin fines de lucro a partir de la Ley de Comunicación Audiovisual"*, ECI-UNC, Córdoba, 13 de septiembre de 2013. Parte de Ávila Huidobro, Rodrigo et al. (2016). *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. 1a. ed. Córdoba, Editorial de la UNC.

Gobierno Nacional fue un rasgo identitario y articulador de la RNMA. Luego de la sanción de la Ley, la red no interpretó el momento como de avanzada del sector sino como desfavorable a sus intereses y, por lo tanto, de amenaza. Y que quien la ejercía no eran centralmente los medios concentrados sino el propio Estado.

Por su parte, AMARC adoptó una posición intermedia, que implicó el apoyo a las políticas públicas desplegadas pero en el marco de una autonomía que le permitiera exigir y demandar al Estado y al Gobierno Nacional. En su tesis doctoral, Kejval se pregunta si, en un contexto de fuerte polarización entre las redes, no fue esa propia diferencia la que atravesó también a AMARC y la hizo perder iniciativa y una dinámica propia (2016).

A pesar de las diferencias, como veremos más adelante, las redes comenzarán a articular una serie de reivindicaciones comunes sobre todo luego del 2015, ante el cambio de signo político y de racionalidad de construcción del Estado, con una ley desarticulada y un cambio en el paradigma comunicacional, de retroceso para los medios sin fines de lucro. En este sentido se entiende la conformación de Interredes, a la cual se sumarán otros actores como la red Colmena y la RedPAC[81].

No obstante las diferencias, luego de lo expuesto en los apartados precedentes, podemos afirmar que la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual significó un punto de inflexión para los medios sin fines de lucro, un quiebre en la construcción de sus identidades, alianzas y prácticas. Se había institucionalizado, por primera vez en la historia de nuestro país, una de las principales demandas del sector, frente a un Estado presente en la defensa del derecho humano a comunicar y en la incorporación de lxs actorxs excluidxs, en pos del pluralismo y la diversidad. En este contexto, muchos de los medios alternativos, comunitarios y populares comprendieron que comenzaba una nueva disputa por la aplicación de la Ley, lo cual implicaba a su vez entender a la democratización de la comunicación como un proceso complejo, sobre todo frente a la defensa de sus intereses por parte de los poderes concentrados de medios. Para el sector, la LSCA se convirtió en un escenario en construcción. A propósito de esta mirada, Gerbaldo afirma:

> *Para mirar el actual proceso podemos hacerlo desde aquella mirada que ve el vaso medio vacío o medio lleno. Elijo pararme a ver y valorar las transformaciones que se han producido, sin dejar de reconocer que falta mucho por hacer. Con lo cual aparecen tensiones, desafíos, interpelaciones* (2016: 14).

En este marco, entendieron como estratégico el avance en la legalidad de las emisoras y de lxs actorxs sin fines de lucro; la creación de nuevxs actorxs para profundizar la democratización de las comunicaciones; el fortalecimiento tecnológico frente al avance de lo

[81] Para un análisis pormenorizado sobre las posiciones de las redes de medios ante la LSCA, ver Kejval, Larisa (2009). *Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares*, Buenos Aires, Prometeo Libros.

digital y, como una de las demandas fundamentales, la sostenibilidad como condición de desarrollo en el tiempo considerando sus propias características de gestión y propiedad[82]. En ese marco, se comprenderá el desarrollo del FOMECA como política de fomento a la comunicación alternativa, comunitaria y popular.

Para lograr la efectiva aplicación de la LSCA, los medios privilegiaron la articulación en red para demandar mejores condiciones de desarrollo y fortalecimiento, ante el escenario de una competencia desigual frente a los medios comerciales concentrados. Debían revertir una situación de partida de profunda desigualdad económica y jurídica, frente a lo cual el fomento del Estado sería una necesidad estratégica.

> *[...] se partió del reconocimiento que la resolución a este problema no podía quedar librado exclusivamente al mercado, por la "natural" tendencia a la concentración de las industrias culturales. De ahí que todas las posiciones coincidieran en la necesidad de implementar un conjunto de políticas públicas -algunas de ellas, como el FOMECA, ya previstas en la LSCA- para promover y fortalecer a aquellos actores que históricamente habían sido discriminados o que, por su posición en la estructura social, se encuentran en situación de desigualdad para el ejercicio del derecho a la libertad de expresión* (Kejval, 2016: 271).

A diferencia de los contextos políticos analizados previamente, la identidad de los medios alternativos, comunitarios y populares no estuvo ya articulada por la demanda común de una nueva ley de la democracia frente a un Estado protector de los intereses comerciales. Los medios del sector dejaron de compartir miradas sobre lxs adversarixs, las lecturas de los contextos políticos y las políticas desplegadas por el gobierno nacional. Se profundizó en esta etapa la dispersión de los medios alternativos, comunitarios y populares.

A continuación, en el análisis particular del FOMECA como política de fomento, intentaremos dar cuenta es este cambio de *racionalidad* del Estado argentino en materia comunicacional, y en qué medida respondió o no a esas demandas históricas del sector para el que dicha política estuvo dirigida. Es decir, abordaremos el análisis sobre si el FOMECA fortaleció o no a los medios comunitarios, alternativos y populares mediante el reconocimiento y la institucionalización de sus necesidades, y si con ello aportó al fomento del pluralismo y la diversidad de voces en el sistema comunicacional del país.

[82] Lo desarrollaremos con mayor profundidad en el próximo capítulo.

Capítulo 3. Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual 2013-5015

Análisis de la política pública.

La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009 significó, como vimos hasta acá, un punto de inflexión en la historia del derecho a la comunicación en nuestro país. Luego de varias décadas de consolidación de un sistema de medios híper comercial y concentrado, esta normativa -y su proceso de construcción- supuso la posibilidad de intervenir en el mapa mediático, no sólo para lograr su desconcentración sino también para desarrollar y fortalecer otras voces. La Ley tuvo como objetivos la desmonopolización y el fomento al pluralismo y la diversidad.

Por primera vez en la historia de nuestra legislación, se incorporó al sector sin fines de lucro de la comunicación como un actor legítimo de derecho, luego de años de lucha de las organizaciones sociales por su reconocimiento. El Estado y las corporaciones siempre supieron de la existencia de estos medios pero los llamaron *truchos*, les decomisaron sus equipos, los silenciaron y les impidieron ser legales, para crecer y ocupar ellas un lugar de mayor peso y preponderancia en la construcción de la realidad. Pero, a partir de la sanción de la Ley, esta situación había cambiado.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual es la cristalización de un proceso de transformación de la correlación de fuerzas en nuestro país, de la histórica disputa por la construcción de representaciones de lo real, que supuso -y necesitó- una ruptura en la lógica de construcción del sistema mediático, con su consecuente cambio del rol del Estado en la garantía del derecho a comunicar de todxs sus ciudadanxs. Aun así, lejos de ser un punto de llegada, se constituyó en un punto de partida y un desafío de todxs lxs actorxs, principalmente de quienes tuvieron la responsabilidad institucional de llevar adelante políticas públicas de fomento, para avanzar en la efectiva democratización de la comunicación. Con este propósito, se pusieron en marcha una multiplicidad de políticas que pretendieron garantizar el pluralismo y la diversidad en los medios.

Sin embargo, como señalamos en capítulos anteriores, es fundamental comprender que la limitación del poder de lxs actorxs dominantes con legislaciones que regulen la propiedad de los medios, que reduzcan cantidades de licencias posibles e incorporen nuevxs prestadorxs al sistema, son imprescindibles pero no suficientes para construir un ecosistema de medios diverso y plural. Tampoco es suficiente con el -fundamental- reconocimiento por parte del Estado de esxs nuevxs actorxs como legítimxs y legales con políticas destinadas a fomentar la producción de contenidos. Es preciso diseñar una política pública integral que les permita

asegurarse sus propias condiciones de fortalecimiento, desarrollo y sostenibilidad. Y es en ese marco que el FOMECA se pensó como una política pública fundamental que les permitió a los medios del sector social y comunitario de la comunicación garantizar sus propias condiciones de reproducción, para fomentar el pluralismo y la diversidad en los medios de nuestro país, con el fin de democratizar la palabra.

Este capítulo pretende indagar, por lo tanto, en qué medida el FOMECA aportó al desarrollo y fortalecimiento de las voces del sector sin fines de lucro, qué rol cumplió el Estado en la elaboración de esta política, bajo qué preceptos lo hizo y en qué medida fue el sector también protagonista de su aplicación. Nos preguntamos si el FOMECA cumplió sus objetivos de acompañar la lucha del sector, realizar un aporte al desarrollo de su estructura, su sostenibilidad y su consolidación como un actor fuerte en el mapa de medios nacional. Es decir, en qué medida contribuyó al fortalecimiento del pluralismo y la diversidad.

3.1. El sector social y comunitario de la comunicación luego de la sanción de la ley

Para comenzar, consideramos fundamental realizar una breve radiografía del sector social y comunitario de la comunicación luego de la sanción de la LSCA y sus primeros años de aplicación -con judicialización de sus principales artículos de por medio- para caracterizar con mayor profundidad y detalle el universo a beneficiar con el que se encontró el FOMECA como política pública. Su devenir, en parte, se entiende también por los desafíos con los que se encontró el Estado a la hora de articular con un actor recientemente reconocido pero históricamente excluido de las lógicas del derecho público y, por lo tanto, de las condiciones y obligaciones establecidas para poder ser sujetos de derecho.

No existen datos concluyentes ni fiables pero, luego de tres décadas de desarrollo, en 2008 existían en nuestro país aproximadamente 175 emisoras comunitarias, unos 20 canales y otros tantos medios que no fueron sistematizados, entre otras cosas debido a la falta de legalidad en la que se encontraban la mayoría de estos medios. Sin embargo, nos arriesgamos a afirmar que no existe aún ningún trabajo de sistematización sobre el universo con el que se encontró el FOMECA, es decir que dé cuenta del desarrollo del sector previo y posterior a la sanción de la LSCA, hasta 2013, porque ningún equipo de investigación, ni el propio sector ni el Estado realizaron esta ardua tarea. El censo realizado por la ex AFSCA en 2010 tuvo una serie de problemas porque, como pudimos conocer a partir de diversas fuentes, nunca fue digitalizado y sus resultados no fueron publicados, lo cual hace que sean de muy difícil acceso. Por otro lado, no todxs lxs censados contaban con un medio en funcionamiento en ese momento, por lo cual muchxs se anotaron pero no forman parte efectiva del universo, volviendo esos resultados muy complejos de ser considerados como representativos y confiables.

Debido a esa falta de datos, no logramos conocer fehacientemente los tipos de medios, su encuadre legal, su distribución geográfica y las conclusiones posibles de abordar a partir de los cruces entre esas variables, antes de la sanción de la LSCA y tampoco podemos conocer con exactitud cómo la sanción de LSCA y el accionar de la ex AFSCA modificó el mapa, por lo menos hasta el momento en que comenzó a aplicarse el FOMECA, es decir que no podremos comparar en qué medida el sector accedió a esa política y cómo esta misma modificó su composición. Consideramos una deuda pendiente que, lamentablemente excede los objetivos de este trabajo, el realizar un análisis cuantitativo de lxs actorxs, con el objetivo de conocer en detalle el mapa de medios del sector y poder planificar políticas públicas más eficaces y pertinentes para su desarrollo.

Lo que si podemos realizar es una descripción de algunas de sus características y demandas. El sector social y comunitario, que se desarrolló en paralelo a la lógica de la red privada comercial que adoptó el sistema de medios en nuestro país desde principios del siglo XX, es sumamente diverso y tiene representación federal. Encontramos radios FM, en su mayoría; radios AM; cableoperadores; algunas televisoras comunitarias y, posteriormente, productoras audiovisuales comunitarias, distribuidas en todo el territorio nacional pero, lógicamente, con mayor concentración en las ciudades más pobladas (Marino *et. al*, 2015).

Los encuadres legales con los que se reconoció al sector son:

- Licencia: Título que habilita a personas distintas a las personas de derecho público estatales y no estatales y a las universidades nacionales para prestar cada uno de los servicios previstos en esta ley y cuyo rango y alcance se limita a su definición en el momento de su adjudicación (art. 4 de la LSCA).
- Permiso: Título que expresa de modo excepcional la posibilidad de realizar transmisiones experimentales para investigación y desarrollo de innovaciones tecnológicas, con carácter precario y del que no se deriva ningún derecho para su titular. Su subsistencia se encuentra subordinada a la permanencia de los criterios de oportunidad o conveniencia que permitieron su nacimiento, los cuales pueden extinguirse en cualquier momento, bajo control judicial pleno y oportuno, incluso cautelar, y del pago de las tasas que pudiera fijar la reglamentación (art. 4 de la LSCA).
- Autorización: Título que habilita a las personas de derecho público estatal y no estatal y a las universidades nacionales e institutos universitarios nacionales para prestar cada uno de los servicios previstos en esta ley, y cuyo rango y alcance se limita a su definición en el momento de su adjudicación (art. 4 de la LSCA).
- Reconocimiento: Es el título otorgado por la Resolución N° 753-COMFER/06 y concordantes (N° 624-COMFER/08 y N° 686-COMFER/08) a personas jurídicas sin fines de lucro prestadoras de servicios de comunicación audiovisual por modulación de frecuencia en su carácter de comunitarias.

- Adjudicación (directa o por concurso): Según el art. 49 de la LSCA, “la autoridad de aplicación establecerá mecanismos de adjudicación directa para los servicios de comunicación audiovisual de muy baja potencia (...) con carácter de excepción, en circunstancias de probada disponibilidad de espectro y en sitios de alta vulnerabilidad social y/o de escasa densidad demográfica siempre que sus compromisos de programación estén destinados a satisfacer demandas comunicacionales de carácter social”.

Como vimos en el capítulo precedente, el proceso político abierto en 2008 y la posterior sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual significó para los medios alternativos, comunitarios y populares la institucionalización de una de sus demandas fundamentales y constitutivas, a la vez que supuso la reconfiguración de sus identidades y prácticas. El sector no tuvo una mirada homogénea ante el nuevo contexto y la posibilidad de un vínculo diferente con el Estado, lo cual profundizó las diferencias entre sí y dio origen a su dispersión.

Sin embargo, a pesar de las diferencias, a partir de Kejval (2016), podemos afirmar que definieron una serie de significaciones y demandas comunes que caracterizaron la etapa y que nos permiten comprender el universo a beneficiar por el FOMECA. En primer lugar, desde el sector social y comunitario de la comunicación entendieron como una de las principales tareas políticas del momento el surgimiento de nuevxs actorxs de la comunicación, como forma de ocupar el 33% y de generar referentes actuales en la construcción de opinión y agenda pública.

Algunas de esas experiencias, fundamentalmente las radios, nacieron a partir del otorgamiento de licencias y autorizaciones por parte de AFSCA mediante la aplicación del artículo 49. Otras experiencias accedieron a su licencia a través de los concursos realizados en zonas de no conflicto a partir de 2010. Sin embargo, la mayoría de ellas emergieron en un marco que continuaba siendo de informalidad frente a un Estado que no adjudicó prácticamente frecuencias en zonas de saturación del espectro, situación frente a la cual los medios ocuparon el espectro sin marco legal.

> *Esto fue configurando un doble estatuto en el conjunto de las emisoras: por un lado, aquellas que efectivamente pudieron acceder a la plena legalidad o en proceso de lograrlo y, por el otro, aquellas para las que el estatuto de ilegalidad o precaria legalidad continuó vigente aún a pesar de la sanción de la LSCA y del paso del tiempo* (Kejval, 2016: 259).

Por esta razón, los medios del sector entendieron que otra de las tareas fundamentales de la etapa era la exigencia del cumplimiento de las disposiciones de la LSCA que permitieran su legalidad, haciendo explícitas las contradicciones de un Estado que reconocía al sector pero dilataba su formalización.

Por otro lado, otro de los debates centrales del sector fue la cuestión de la sostenibilidad (o sustentabilidad) en el tiempo de las experiencias comunicacionales. De las históricas, que habían desarrollado ya estrategias ajustadas a sus condiciones de ilegalidad previas, y de las nuevas experiencias, que debían ajustarse a un marco de novedoso reconocimiento legal e institucional, que implicaba nuevos requerimientos administrativos y obligaciones, que serán fundamentales para comprender algunas de las tensiones en la aplicación del FOMECA.

Todas las experiencias habían desarrollado modelos de gestión acordes a sus condiciones y posibilidades que fueron puestas en tensión frente a las disposiciones de la nueva normativa, ante la cual también tuvieron que *adecuarse*. Lxs actores del sector fueron consideradxs sujetxs de derecho pero también de obligaciones que si bien, consideramos, no implican necesariamente mordazas invisibles (2009), supusieron para los medios del sector una revisión de sus formas de gestión y trabajo, que en algunos casos fue bastante problemática y conflictiva. En su tesis de maestría, Martín Iglesias (2015) enumera las siguientes adecuaciones frente a la regulación: el pago de gravámenes e impuestos por el servicio audiovisual y otras asociaciones gestoras de derechos (SADAIC, AADI-CAPIF, SAL, Argentores); las cuotas mínimas de producción propia de contenidos y de origen local; las cuotas de musicalización nacional y de sello independiente; la regulación de la modalidad asociativa de la organización ante los organismos competentes y la elaboración de estatutos, libros contables, facturaciones separadas e inscripción ante la AFIP; obligaciones ante AFSCA como la elaboración de una carpeta pública (Res. 173/10), la inscripción al registro público de prestadores (Res. 175/10), la presentación de la declaración jurada anual AFIP-AFSCA (325-AFSCA/10 y 1502/14), etc. A esto suma la homologación del equipamiento por el Registro de Actividades y de Materiales de Telecomunicaciones, la habilitación de la planta de transmisión por parte de AFTIC mediante un profesional matriculado en el COPITEC y la presentación de un certificado para Radiaciones No Ionizantes, según los parámetros técnicos de la licencia. Por último, el autor también señala las competencias profesionales exigidas y reconocidas por la LSCA, como las de locutorxs, operadorxs técnicxs, periodistas que, además, implican otros conflictos para el sector ante la falta de encuadre legal para sus relaciones laborales específicas. En este escenario novedoso, los medios del sector tuvieron que revisar sus propias prácticas, para poder ejercer sus derechos como actorxs de la comunicación pero, a la vez, para cumplir con las obligaciones que les demandaba la nueva normativa. Como veremos más adelante, estas tensiones estuvieron sumamente presentes en el vínculo entre el Estado y lxs actorxs del sector y en el proceso de aplicación del FOMECA.

Luego de sancionada la LSCA, las emisoras y redes confluyeron en la demanda al Estado de políticas activas de financiamiento y fomento que les permitieran garantizar su sustentabilidad, entre las cuales el FOMECA es una de las más importantes. Sin embargo,

esta demanda tampoco estuvo exenta de debates y discusiones en torno al rol del Estado y al financiamiento como una fuente fundamental o complementaria de recursos (Kejval, 2016).

Por último, otra de las demandas que tomó el sector fue la del fortalecimiento tecnológico frente al avance de lo digital. Esto incluía no solo el equipamiento necesario para la instalación y funcionamiento de una emisora sino también la calidad técnica de los estudios y de los espacios de producción. En sus orígenes, muchas de estas emisoras contaron con escasos recursos económicos para invertir en equipamiento pero, ante los nuevos desafíos que abría la LSCA, se negaban a que estas condiciones de desigualdad estructural respecto a otros actores del sistema se convirtieran en un rasgo constitutivo -y hasta "pintoresco"- de estos medios. En ese sentido, el fortalecimiento tecnológico fue entendido como una cuestión estratégica para pensar la capacidad de incidencia en la agenda pública.

Las emisoras y protagonistas del sector social y comunitario de la comunicación privilegiaron la articulación en red para plantear estas demandas frente al Estado y para elaborar estrategias para su abordaje. Sin embargo, no lo hicieron de manera siempre homogénea. Frente a una novedosa racionalidad del Estado que, a diferencia de las etapas que analizamos previamente, vuelve a tener un papel activo en la garantía de derechos fundamentales, desde el sector profundizaron las diferentes lecturas y concepciones sobre cómo abordar este vínculo, que había sido históricamente antagónico. Las diferentes concepciones sobre esta relación entre las emisoras y el Estado comenzaron a tener mayor protagonismo en los debates, lo cual profundizó la dispersión del sector. Mientras algunxs entendieron que el Estado es un espacio estratégico -y es estratégico disputarlo- para generar procesos de transformación y de ampliación de derechos, a pesar de las tensiones que lo atraviesen, otrxs continuaron considerando al Estado como una herramienta de los sectores dominantes al servicio de sus propios intereses, de lo cual se desprende la necesidad de enfrentarlo. Al respecto, Kejval afirma:

> *La nueva LSCA no sólo enfrentó a las radios comunitarias, populares y alternativas a una nueva situación legal, sino también a la reconfiguración de las significaciones que las dotaron de identidad. […] la decisión del gobierno nacional de impulsar la sanción de la LSCA o, dicho en los términos que utilizamos más arriba, la institucionalización de la demanda por democratizar las comunicaciones, tuvieron como consecuencia la desarticulación del antagonismo frente al cual las radios habían constituido equivalencias y rasgos de una identidad compartida. La identidad de las emisoras continuó siendo definida por oposición a los medios de comunicación orientados por el fin de lucro y concentrados. Es decir, este punto de antagonismo tuvo continuidad entre los dos períodos analizados. No obstante, lo que se dejó de compartir fue el antagonismo o la confrontación respecto de las políticas de comunicación y otras políticas públicas impulsadas por el gobierno*

> *nacional. Mientras algunas concepciones continuaron antagonizando con el Estado y su gobierno, otras vieron en el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner una alianza para avanzar en la confrontación respecto de la concentración mediática. La desarticulación de este antagonismo tuvo como correlato un proceso de diferenciación de la identidad política de las emisoras. Es decir, si durante el período anterior la lógica de la equivalencia había prevalecido a la lógica de la diferencia en la configuración de la identidad política colectiva de las radios comunitarias, populares y alternativas; nos encontramos ahora ante la prevalencia de la lógica de la diferencia por sobre la de la equivalencia* (2016: 331 y 332).

En paralelo a los debates entre las emisoras ya existentes en el mapa mediático del sector, luego de la sanción de la LSCA se dio un proceso de surgimiento de nuevas identidades que nombraron procesos y nuevxs actorxs de la comunicación. Kejval (2016) señala dos nuevos significantes fundamentales para comprender el universo del sector: por un lado el surgimiento de emisoras *cooperativas* y, por otro, el de las emisoras *indígenas*.

El surgimiento de emisoras cooperativas está estrechamente vinculado con el interés creciente en pensar la dimensión económica y la sostenibilidad de los medios, frente a una realidad económica que ya no estaba signada por la crisis y la desigualdad creciente sino por la centralidad en el trabajo, lo cual abrió la posibilidad de pensar en nuevos proyectos económicos, además de políticos y comunicacionales, con formas de propiedad, de distribución de la riqueza y de relaciones de trabajo diferentes y más solidarias a las establecidas por el mercado. En este contexto, las emisoras comenzaron a reflexionar también sobre el estatuto de sus participantes y nuevos marcos legales que contemplaran sus relaciones laborales, con la posibilidad de entender al proyecto comunicacional como una fuente de trabajo digno para sus participantes.

La participación de los pueblos originarios, por otro lado, en experiencias comunicacionales no comenzó con la sanción de la LSCA. Por el contrario, varias autoras (Villamayor, 2011; Kejval, 2016) coinciden en señalar que sus voces, sus problemas, sus cosmovisiones ya estaban presentes en los medios comunitarios, alternativos y populares pero contenidos en estas definiciones. Sin embargo, a partir de la sanción de la nueva normativa, las demandas de los pueblos originarios adquirieron una dinámica propia. Al igual que sucedió con el resto de los actores del sector, la ley había institucionalizado muchas de las demandas que articulaban las identidades políticas de los medios, sobre todo en torno a su reconocimiento y legítimo ejercicio del derecho a comunicar por lo cual, una vez reconocidos, se produjo un proceso de diferenciación. En ese sentido, la *emisora indígena* o la *comunicación con identidad* emergió como un nuevo significante que articuló demandas diferenciadas respecto al resto del sistema: permitió poner de manifiesto la histórica

invisibilización de los pueblos originarios o su representación mediada por otrxs; su lucha por recuperar el valor de su tradición, de sus lenguas, saberes y creencias ancestrales desde los discursos mediatizados, frente a más de 500 años de persecución; sus luchas por la recuperación de sus tierras y reivindicar hacerlo desde su propia cosmovisión del mundo (Kejval, 2016). Los pueblos originarios de nuestro país exigieron, durante el proceso de debate de la LSCA, ser reconocidos como un actor diferenciado del sector sin fines de lucro, lo cual se expresó en el artículo 37:

> *El otorgamiento de autorizaciones para personas de existencia ideal de derecho público estatal, para universidades nacionales, institutos universitarios nacionales, Pueblos Originarios y para la Iglesia Católica se realiza a demanda y de manera directa, de acuerdo con la disponibilidad de espectro, cuando fuera pertinente.*

Su reconocimiento como sujeto de derecho público no estatal da cuenta de la preexistencia de los pueblos originarios respecto del Estado Nacional. La LSCA también determina que se deberán reservar para los Pueblos Originarios una frecuencia AM, una FM y una de televisión abierta (art. 89); que estos deberán tener representación en el COFECA (art. 16) y en el Consejo Honorario de los Medios Públicos (art. 124 inc. g); que podrán constituir redes de medios (art. 64) y que contarán con diversas fuentes de financiamiento público, como las que determina el artículo 152 -asignaciones del presupuesto nacional, venta de publicidad, etc.- y la que establece el artículo 97 inc. f) que da origen al FOMECA.

A partir de este reconocimiento legal, las emisoras de Pueblos Originarios, al igual que el resto del sector social y comunitario de la comunicación, exigieron al Estado políticas que permitieran la creación de nuevos medios y el fortalecimiento de los existentes. Luego de la sanción de la LSCA, entonces, la mayor parte del sector confluyó en reclamar al Estado el desarrollo de políticas de fomento y apoyo, sobre todo las que implicaban la transferencia de recursos económicos que contribuyeran a su sostenibilidad, como lo es el FOMECA. Desde 2009 hasta el año 2013, una de las principales demandas del sector fue la aplicación de esta política en tanto deuda del Estado para con el sector.

3.2. El Estado como garante del pluralismo y la diversidad: FOMECA

En el año 2012, con el cambio de autoridades de AFSCA y la llegada de Martín Sabbatella como presidente, se creó la Dirección de Proyectos Especiales. Según un informe de gestión interno al que pudimos acceder, la DPE tenía[83] una responsabilidad primaria que era

[83] Hablamos en pasado ya que la Dirección de Proyectos Especiales fue desarmada luego de la intervención de AFSCA, aunque algunas de sus funciones fueron reabsorbidas por la Dirección Nacional de Fomento y Desarrollo de ENACOM.

entender en la elaboración, implementación y monitoreo de proyectos de comunicación audiovisual tendientes a fomentar la diversidad, la universalidad de los servicios de comunicación audiovisual, la participación, la libertad de expresión, el derecho a la información, el federalismo, la inclusión social y el fortalecimiento del sector audiovisual.

Para ello, se propuso como objetivos tanto el promover el ejercicio del derecho a comunicar de tipos sociales que la LSCA considera prioritarixs, como son las organizaciones sociales y comunitarias, los pueblos originarios, escuelas, universidades, institutos universitarios, medios comunitarios y productoras audiovisuales comunitarias, como fortalecer a estxs actorxs, acompañar su desarrollo y el surgimiento de otros nuevos proyectos. Al mismo tiempo, se propuso formar promotorxs y cuadros político-comunicacionales para desarrollar tareas de formación y promoción en el propio territorio[84].

La estructura de esta dirección estaba organizada en áreas de trabajo, que consideramos importante nombrar porque, en conjunto con el FOMECA, complejizan la mirada sobre cómo el Estado elaboró su política pública para fomentar el pluralismo y la diversidad de voces. Entre esas áreas se encontraban *gestión*, encargada de los procesos de otorgamiento de autorizaciones y licencias a pueblos originarios, IES y CAJ[85]; *articulación territorial,* responsable de articular con las 36 delegaciones de AFSCA a lo largo y ancho del país para acompañar el desarrollo de los medios del sector social y comunitario de la comunicación; *formación*, encargada de desarrollar e implementar programas de formación que acompañen al sector social y comunitario en la gestión o sostenibilidad de las organizaciones; y el área de *financiamiento*, que era la responsable centralmente de la implementación del FOMECA.

Para el año 2015, la DPE contaba con 23 trabajadorxs, 13 de lxs cuales estaban abocadxs a tareas vinculadas con FOMECA: anexado/documental -control de la documentación presentada por las organizaciones que presentaban proyectos a concurso-; evaluación de rendiciones -de los gastos y compras realizadas con el dinero del subsidio una vez ganado el concurso-; intimaciones de rendiciones y contenidos -articulación con las organizaciones ante el incumplimiento de plazos o formas de entregas-; evaluación de contenidos -del producto final producido gracias al subsidio otorgado-; convenios -seguimiento del documento legal firmado tanto por AFSCA como por la organización beneficiaria que define derechos y obligaciones de ambas partes- y expediente de gestión -seguimiento del procedimiento administrativo-. Luego de la intervención de AFSCA, despidieron a la mayoría

[84] Informe de gestión de la Dirección de Proyectos Especiales 2013-2015, elaborado por lxs trabajadorxs de la DPE a pedido de los interventores del organismo a principios de 2016.
[85] El resto de las adjudicaciones y autorizaciones de servicios de comunicación Audiovisual, comercial y no comercial, eran responsabilidad de la Dirección de Autorizaciones y Licencias de AFSCA.

y quedaron sólo tres de esxs trabajadorxs, razón que hace muy compleja la aplicación actual del FOMECA. Lo desarrollaremos más adelante.

El Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual es un recurso económico garantizado por el Estado, que destina fondos públicos a la sostenibilidad de los medios del sector social y comunitario de la comunicación. La Ley 26.522 estableció, a través de su artículo 97 inciso f), que el 10% de los gravámenes[86] percibidos de lxs titulares de servicios de comunicación que los explotaran con fines comerciales serían destinados a

> *[...] proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización.*

El Decreto N° 1225/2010 de reglamentación de la LSCA determinó que la administración y gestión de los fondos recaudados estaría a cargo de la AFSCA, que debería distribuirlos a partir del llamado a concursos, en los cuales un comité especializado evaluaría y seleccionaría proyectos. Mediante la resolución 854 del 08 de julio de 2013, el Directorio de AFSCA resolvió por primera vez

> *convocar a concurso abierto en todo el territorio nacional a personas jurídicas sin fines de lucro y pueblos originarios que cuenten con licencia, reconocimiento o autorización vigente, para el otorgamiento de subsidios correspondientes* (Res. 854/10, Art. 1)

Según esta resolución, el FOMECA se enmarca en los objetivos de la LSCA de desarrollar políticas

> *que preserven, afirmen, respeten y promuevan la diversidad de expresión de la cultura popular, la identidad y los valores culturales de los pueblos originarios, mediante la creación de contenidos de información variados y la utilización de distintos métodos.*

Esos objetivos se condicen, como afirma explícitamente esta resolución, con las obligaciones contraídas por el Estado Nacional desde el momento en que se considera a los servicios de comunicación como una actividad de interés público, entre las cuales se encuentra salvaguardar el derecho a la información y la comunicación, la participación y los valores de la libertad de expresión, también establecido en la Constitución Nacional en su artículo 75 inciso 19. Para ello, AFSCA determinó llamar a concursos, atendiendo las particularidades a fomentar como son su sustentabilidad económica, su importancia histórica y cultural en el territorio donde se desarrollan y su distribución federal. En palabras de Francisco D´alessio, ex Coordinador General de la DPE:

[86] Véase Ley 26.522, Título V, Gravámenes: Artículo 94: Gravámenes, Artículo 95: Facturación, Artículo 96, Artículo 97: Destino de los fondos recaudados.

> *lo primero que hicimos fue sentarnos con el sector. Nos sentamos, discutimos, hicimos una propuesta, la corrigieron, la volvimos a discutir. Hubo mucho vínculo. Desde nuestra perspectiva eso era parte central y nodal de la manera en la que entendíamos la gestión de la dirección: así como la Ley se había elaborado con la participación de la sociedad civil, nosotros entendíamos que la Ley tenía que aplicarse con la participación de la sociedad civil* (F. D'alessio, comunicación personal, 12 de julio de 2018).

3.2.1. FOMECA 2013

3.2.1.a. FOMECA Línea 1 2013: Equipamiento para radios

El día 8 de julio de 2013, el Directorio de AFSCA aprobó la Resolución 854 que llamaba por primera vez a concurso abierto, en todo el territorio nacional, para el otorgamiento de subsidios correspondientes al FOMECA. Por primera vez, el organismo hacía realidad la conquista del sector social y comunitario de la comunicación de disponer de la transferencia directa de recursos económicos desde el Estado para fortalecer y desarrollar los proyectos de comunicación comunitaria y de los Pueblos Originarios. El artículo 4 de la resolución determinó que el gasto que demandara el cumplimiento del concurso no podía superar los $3.000.000 que correspondían a la partida presupuestaria para el Ejercicio 2013 del organismo.

Consideramos importante, antes de analizar los datos y números de la aplicación de este primer concurso, poder analizar el Reglamento aprobado en esta misma resolución, que contiene las bases y condiciones para poder presentar proyectos a concurso. Allí, AFSCA determinó quiénes podrían ser beneficiarixs, qué requisitos debían cumplir para poder acceder al concurso, qué podían financiar con el monto del mismo, cuáles eran los plazos de ejecución, los criterios de evaluación de los proyectos, entre otros. Esta información nos parece importante a los efectos de analizar en qué medida el FOMECA tuvo en cuenta, como lo había planteado la LSCA, las condiciones del sector para poder acceder a la política pública y si constituyó algún requisito que se volviera una traba de hecho para el acceso al sector, una *mordaza invisible* que afectara al pluralismo y la diversidad que se buscaba fomentar.

> Según el Reglamento de la Línea 1 2013 Equipamiento, el objetivo de este concurso era *fomentar la adquisición de equipamiento técnico para la mejora de la emisión y recepción de las señales de servicios de radiodifusión e incorporar y mejorar la infraestructura física y tecnológica que permitan el normal desarrollo de las tareas diarias. Asimismo, se buscará fomentar la producción de contenidos de calidad, que aporten a la diversidad, la pluralidad, la construcción de ciudadanía y la inclusión social a través de la federalización de la producción* (Res. 854/13, Anexo

I, Reglamento para el llamado a concurso del Fondo de Fomento Concursable, Art. 2).

Desde los objetivos del concurso, podemos afirmar que el Estado se hizo eco, por primera vez en una política pública del ente regulador de los servicios de comunicación, de las demandas del sector y sus condiciones desiguales de desarrollo histórico respecto del resto del sistema mediático. La demanda por la mejora técnica del equipamiento de las emisoras, que permitiera el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de las producciones realizadas, como mencionamos en el apartado anterior, fue considerada estratégica por los medios del sector y fundamental para pensar en la incidencia de los mismos en la agenda pública. En este sentido, el Estado reconoció que el hecho de que los medios del sector se hubiesen desarrollado con escasas inversiones en equipamiento no era algo inherente y determinante sino que era producto de esa desigualdad a la que se debía atender. Por primera vez, el Estado estaba reconociendo en una política pública del organismo que debía tener un rol activo en la generación de condiciones de igualdad para todos los servicios de comunicación audiovisual, atendiendo a las especificidades del sector sin fines de lucro y los Pueblos Originarios.

De acuerdo al artículo 5 de este mismo reglamento, AFSCA definió que podían ser postulantes al concurso las personas jurídicas sin fines de lucro[87] que contaran con la adjudicación de una licencia de radiodifusión o con el reconocimiento otorgado a través de la Resolución N° 753-COMFER/06 y los Pueblos Originarios autorizados.

Los requisitos definidos para la presentación de proyectos incluyeron la presentación de los mismos por Mesa de Entrada de AFSCA o en cualquiera de las delegaciones del organismo en el país o por vía postal[88], en las fechas determinadas por el cronograma. Serían excluidas las presentaciones electrónicas o fuera del horario o fecha de cierre del concurso. Cada proyecto debía ser presentado en un sobre que contuviera un juego completo y foliado de las hojas de la documentación requerida y dos CDs, con los formularios completos y copia digital de toda la documentación. Las copias de la documentación debían estar certificadas

[87] Las figuras legales de las personas jurídicas sin fines de lucro admitidas para concursar en FOMECA fueron Asociaciones Civiles, Fundaciones, Cooperativas, Mutuales y Bibliotecas Populares. Según el art. 4 de la LSCA, las emisoras comunitarias *son actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales.* En este sentido, quedaron excluidas las emisoras de iglesias, fundaciones privadas, partidos políticos, sindicatos ya que, a pesar de ser emprendimientos no comerciales, poseen lógicas de participación, gestión y programación diferentes (Capacitación interna ENACOM, 2016, *De qué hablamos cuando hablamos de FOMECA*, documento interno).

[88] Para esta y todas las líneas de FOMECA desde 2013 a 2015 se abrió una mesa de ayuda virtual para consultas: fondoconcursable@afsca.gob.ar

por Entidad Bancaria, Registro Civil, Juzgado de Paz, Escribanx Públicx, o funcionarixs de AFSCA.

La documentación requerida incluía: *a) Formulario Único de presentación*; *b) fotocopia certificada de la Resolución de otorgamiento de la Personería Jurídica,* en caso de corresponder; *c) Fotocopia certificada de los Estatutos; d) Fotocopia certificada del Acta donde conste la última designación de autoridades; e) constancia de CUIT; f) Constancias de otorgamiento de la licencia, reconocimiento o autorización; g) número de CBU a nombre de la entidad beneficiaria, certificado por la entidad bancaria; h) presupuestos con membrete de los proveedores.*

Nos encontramos aquí con una primera tensión a la hora de analizar los tipos de postulante y los requisitos para presentarse al concurso. Como mencionamos previamente, el sector social y comunitario de la comunicación adoptó como una de sus principales demandas de la etapa posterior a la sanción de la LSCA el surgimiento de nuevas voces para ocupar el 33% y el avance en la legalidad de viejos y nuevos medios. Tras décadas de informalidad forzosa, exigieron al Estado que avance en el otorgamiento de licencias, poniendo de manifiesto la contradicción entre incorporar al sector en la política pública pero no avanzar en su legalidad. Aun así, el primer llamado a concurso de FOMECA estuvo destinado, del mapa de medios comunitarios, populares y alternativos, sólo a las radios y, más aún, sólo a las que ya poseían licencia, reconocimiento o autorización, dejando fuera a todas aquellas que el propio Estado había excluido históricamente. Por otro lado, la documentación requerida a las organizaciones significó, en muchos casos, exigencias novedosas y difíciles de afrontar. Brenda Daney, trabajadora de la ex-AFSCA y de ENACOM, nos manifestó lo siguiente en una entrevista para este trabajo:

> *Es la famosa convergencia entre el Estado y el sin fin de lucro, donde cada uno tiene que ceder un poco. No es que el sin fin de lucro, así como esta, puede participar, concursar, ganar y ejecutar. Tiene que tener capacidad de adaptación a las reglas que impone el Estado. Son sujetos de derechos y obligaciones, no solamente de derechos. A veces quedan muy parados en ese lugar -que está bien- pero tienen que cumplir con ciertas obligaciones. Si no, es imposible formar parte de la articulación con el Estado* (B. Daney, comunicación personal, 13 de julio de 2018).

Ante la pregunta sobre en qué medida el Estado pensó en las particularidades del sector, también en una entrevista para esta investigación, Larisa Kejval afirmó:

> *Todxs venimos pidiendo por una política pública y cuando el Estado la despliega y la institucionaliza, ahí empiezan a aparecer otro conjunto de diferencias (...). Por ejemplo, había parte de los Pueblos Originarios que rechazaban que el Estado nacional les diera la persona jurídica, por su propia cosmovisión: "yo soy*

preexistente al Estado nacional, ¿por qué me tiene que dar una persona jurídica para reconocerme? me niego". Pero la Ley exigía personería jurídica para acceder a la política. ¿Cómo resolver eso? No tiene que ver con la voluntad del Estado sino con una tensión política, creo yo, irresoluble (L. Kejval, comunicación personal, 11 de julio de 2018).

Según el reglamento, los proyectos presentados fueron evaluados y fueron seleccionados los ganadores por un Comité Evaluador compuesto por cinco miembrxs, dos de lxs cuales serían propuestxs por el COFECA en representación del sector sin fines de lucro y los Pueblos Originarios. El resto de lxs juradxs fueron propuestos por el Presidente del Directorio de AFSCA. Para este concurso, según la Resolución 978/13, los jurados seleccionados, a través de la Nota N° 224 del COFECA del 15 de Agosto de 2013, fueron Matías Melillán en representación de los Pueblos Originarios, y Néstor Busso en representación del sector sin fines de lucro.

Las propuestas fueron evaluadas, acorde al Reglamento, según un análisis de su calidad, factibilidad, pertinencia y viabilidad técnica y económica. Los criterios que lxs juradxs tuvieron en cuenta, según el art. 15 del Reglamento "Instancias y criterios generales de evaluación", fueron:

a) **Evaluación de la factibilidad, calidad tecnológica del proyecto**

Lxs evaluadorxs tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

a.1.) Encuadramiento de los proyectos en relación con los objetivos de la convocatoria.

a.2.) Probabilidad de ejecución exitosa, desde el punto de vista de su consistencia interna, de la adecuada dotación de recursos y de las condiciones externas a las que su éxito está supeditado. Para ellos se tuvo en cuenta:

a.2.1.) Claridad de los objetivos.

a.2.2.) Precisión en la definición de las etapas y tareas.

a.2.3.) Racionalidad del cronograma y de la secuencia entre etapas.

a.2.4.) Elegibilidad y racionalidad del presupuesto. En el caso del equipamiento, sólo se consideraron equipos homologados.

b) **Evaluación de la capacidad técnica de lxs solicitantes**

Según el reglamento, se tuvieron en cuenta los conocimientos, experiencia y capacidades del equipo que conformaba la emisora y participaba en el proyecto de ejecución del subsidio.

c) **Aportes a la diversidad comunicacional y cultural**

Se consideraron los diversos aportes de lxs beneficiarixs, como voz diferenciadora de sectores y comunidades que expresaran la diversidad comunicacional y el patrimonio cultural de nuestra Nación.

d) **Evaluación económica de la inversión y sostenibilidad**

Se analizó la consistencia de la inversión y las actividades consideradas para la sostenibilidad del proyecto. Esta evaluación tomó en cuenta los siguientes factores:

d.1. Razonabilidad económica de la inversión y su consistencia entre los diferentes componentes de la misma.

d.2. Análisis de las acciones que propendan a la sostenibilidad del proyecto.

Toda esta información, el Comité Evaluador la obtenía del proyecto elaborado por la propia emisora a través del Formulario Único de Presentación a FOMECA, en el cual se solicitaba a la entidad la descripción de la organización; sus antecedentes; la grilla de programación -en caso de emisoras operativas-; el diagnóstico o descripción de la situación general de la emisora; los objetivos generales del proyecto -comunicacionales, culturales, técnicos y económicos-; los aportes a la diversidad cultural y comunicacional -de qué manera la programación de la emisora aportaba a esa diversidad, contribuía a la identidad y a la preservación de valores culturales, promovía las diferentes expresiones culturales locales y regionales y, en caso de los Pueblos Originarios, de su propia comunidad- y cómo la inversión solicitada implicaba una mayor profundización de estos aspectos; la propuesta económica y las etapas de ejecución; las condiciones de sostenibilidad social, institucional y económica que permitían la viabilidad de la emisora al margen del subsidio; los antecedentes de la emisora y sus principales hitos; y las fortalezas y debilidades relacionadas con el equipo humano.

Según el reglamento, la evaluación de estos aspectos eran ponderados mediante una escala de puntuación:

Criterios de evaluación	Puntaje
Factibilidad y calidad tecnológica del proyecto	0-20
Capacidad técnica de los solicitantes	0-20
Aporte a la diversidad comunicacional y cultural	0-40
Evaluación económica de la inversión y sostenibilidad	0-20
Total	**0-100**

Res. 854/13, Anexo I, Reglamento para el llamado a concurso del Fondo de Fomento Concursable, Art. 16, “Grilla de puntuación para la evaluación”.

Este concurso poseía dos modalidades distintas, según el artículo 6 del Reglamento. Financió montos de hasta $100.000 para emisoras que no se encontraran operativas hasta el momento del concurso y montos de hasta $200.000 para aquellas que si estuviesen operativas. Los proyectos que resultaron ganadores fueron beneficiados, según el reglamento, con un aporte no reembolsable cuyo monto no podía superar el 85% de la totalidad del proyecto, mientras que AFSCA le exigió a lxs beneficiarixs el desembolso de una contraparte del subsidio equivalente al 15% del total del proyecto. A partir de esta medida,

podríamos afirmar que AFSCA se hacía eco también de la necesidad de fomentar el desarrollo de nuevas voces en el mapa mediático que pudieran ocupar el 33%, diferenciando lxs postulantes e incentivando la operativización de nuevas emisoras, a la vez que intentaba que su sostenibilidad no dependiera en su totalidad del monto subsidiado por el Estado, exigiendo que un 15% del proyecto lo pudiera desembolsar la propia entidad.

El Reglamento definía también en qué podían gastarse los fondos del subsidio:

a) equipamiento técnico, que incluía todos aquellos equipamientos tecnológicos tales como antenas radiofónicas, amplificador de audio, consolas o mixer, paneles acústicos, tendidos de redes y telefonía, instrumental y accesorios (micrófonos, discos externos, luz aire, etc.), computadoras, notebooks, tablets, y todo otro material o equipamiento que sea adquirido para iniciar las emisiones o modernizar la emisora;

b) adecuación edilicia que incluía todas las intervenciones y obras (mampostería, pintura, tendido eléctrico, iluminación, etc.) que tendieran a mejorar las condiciones del lugar donde se encontraba la radio, la sala de operación técnica, de edición y otras instalaciones complementarias pero necesarias para el funcionamiento cotidiano, como baño, cocina, etc.;

c) honorarios profesionales, que comprendía las erogaciones correspondientes al pago de honorarios de un coordinador general del proyecto y de asistentes de coordinación, que no podían exceder el 30% del total del proyecto ni determinados montos mensuales ($3000 para coordinadorx y $1000 para asistentes).

Los fondos de la contraparte desembolsada por lxs beneficiarixs podían ser destinados sólo a: *a) honorarios* profesionales acreditados con las facturas correspondientes, o que complementen los honorarios ya abonados por el subsidio; *b) Alquileres* de locación donde funcione la emisora, debidamente acreditados; y *c) servicios* de luz, gas y otros afectados al funcionamiento de la emisora, acreditados mediante facturas a nombre de la entidad y no a nombre de personas físicas.

Se excluyeron por reglamento gastos de reestructuración de deudas; recuperaciones de inversiones realizadas previamente al concurso; pago de cesantías; compras de inmuebles; adquisición de bienes usados que no tengan afectación específica según lo dispuesto por el apartado 8 A (es decir, gastos de *equipamiento técnico* permitidos); compensación de facturas que no tuviesen relación con el proyecto; impuestos; tasas; pagos con tarjetas que no estuviesen a nombre de la entidad beneficiaria o pagos realizados por tercerxs.

Luego de otorgado el subsidio, las emisoras debían firmar un convenio con AFSCA que era un contrato entre ambas partes, que definía derechos y obligaciones de lxs participantes. Ese convenio era condición sine qua non para la entrega de los fondos y sin él, el derecho sobre el subsidio se daba por decaído. AFSCA le entregaba a las entidades beneficiarias, por convenio, dos desembolsos. El primero no podía superar el 50% del subsidio y las entidades

debían establecer en qué se iba a utilizar. Esa primera erogación de dinero daba origen a una evaluación intermedia por parte de la DPE, que se realizaba previamente a realizar el segundo desembolso del dinero. Esta evaluación tenía el objetivo de establecer el avance del proyecto mediante un informe elaborado por la entidad beneficiaria, con carácter de declaración jurada, que determinaba la continuidad o no del subsidio, en conjunto con la rendición correcta de los gastos desembolsados en la primera etapa, mediante comprobantes y facturas correctamente confeccionadas.

Con la delimitación de los gastos posibles de realizar y los excluidos del subsidio, en conjunto con desembolsos, rendiciones y evaluaciones, podemos inferir que el Estado intentó garantizar que los fondos económicos transferidos al sector estuvieran exclusivamente dirigidos a cuestiones estructurales de los medios, que garantizaran su puesta en marcha o incluso su modernización tecnológica, con el objetivo de fortalecerlos y consolidarlos en el mapa de medios. Partiendo también de la premisa del desarrollo histórico desigual del sector, el Estado tomó como propia la tarea estratégica de esta etapa. Si bien puede parecer una obviedad, nos parece fundamental resaltar que tanto los gastos excluidos como los procedimientos de rendiciones y desembolsos pueden dar cuenta de la intención de constituir a las emisoras como sujetos de derecho -derechos que les corresponden- pero también de obligaciones con el Estado, dando inicio a compromisos a futuro en pos de la sostenibilidad en el tiempo de las mismas. En el mismo sentido actúa la contraparte exigida a las entidades beneficiarias.

El punto 19 del Reglamento, afirmaba:

> *Es obligación de los beneficiarios cumplir con las responsabilidades que emanan del presente Reglamento. En caso de que el AFSCA considere que la aplicación de los fondos por parte del beneficiario no está debidamente rendida, o su aplicación no corresponda con la presentación del proyecto aprobado, podrá rescindir unilateralmente el convenio por incumplimiento. Ello sin perjuicio de las responsabilidades que correspondan al Coordinador General del Proyecto. Los beneficiarios que no hayan realizado correctamente las presentaciones correspondientes a la ejecución y rendición del subsidio quedarán inhibidos para participar de los concursos siguientes* (Res. 854/13, Anexo I, Reglamento para el llamado a concurso del Fondo de Fomento Concursable, Art. 19, “Obligaciones de los beneficiarios”).

Para esta línea de financiamiento, AFSCA previó un cronograma de implementación que consideramos fundamental recuperar ya que se establecieron plazos que determinaban las obligaciones de ambas partes, tanto de las entidades beneficiarias como del Estado, y comprometía a ambxs con el desarrollo de la política. Como veremos más adelante, la cuestión de los plazos fue uno de los mecanismos principales para no aplicar el FOMECA

luego de la intervención de AFSCA y el desmantelamiento de la ley, a partir de la dilatación de todos los procesos del organismo. Esto genera que una cuestión que, a simple vista, resulta obvia cobre una relevancia específica a partir de lo acontecido luego de 2015. En 2013, los plazos establecidos, que comenzaban con el llamado a concurso y finalizaban con la rendición y evaluación final del proyecto, implicaban aproximadamente un año completo[89], mientras que la ejecución del mismo por parte de la entidad beneficiaria se limitó a un periodo no mayor a ocho meses (Res. 854/13, Anexo I, Reglamento para el llamado a concurso del Fondo de Fomento Concursable, Art. 12, "Plazo de ejecución").

FOMECA Línea 1 2013 en números

Para comenzar un análisis cuantitativo de los datos de la primera línea otorgada por el FOMECA, es importante remarcar que la falta de sistematización general de la información se constituye en un limitante importante. La información a la que pudimos acceder y que está sistematizada se refiere fundamentalmente a los proyectos ganadores, no tanto a las presentaciones. Si bien los datos básicos sobre los proyectos presentados están sistematizados, hay mucha información que quedó por fuera de las bases a las que pudimos acceder y para recuperarla habría que acceder a los expedientes de cada presentación, lo cual excede las posibilidades de este trabajo. Una tarea tan pendiente como necesaria a ser abordada por el Estado en el objetivo de mejorar las políticas de fomento al pluralismo y fortalecimiento del sector sin fines de lucro es la profesionalización en el manejo y sistematización de datos e informaciones. Abordaremos esto con mayor profundidad más adelante.

Dicho esto, la Línea 1 2013, al haber sido la primera política pública de estas características de abordaje al sector sin fines de lucro, tuvo la particularidad de haberse enfrentado con el universo de medios de este sector tal cual se encontraba. Es por esto que resulta interesante analizar las distribuciones del acceso a la política tanto por tipo de entidad como geográficamente, para inferir desde ahí una cierta composición del mapa de los sin fines de lucro. Por otro lado, al ser esta línea exclusivamente dirigida a las radios que ya contaban con reconocimiento legal, fuera en forma de licencia, autorización o reconocimiento 753, debe tomarse en cuenta que las distribuciones obtenidas nos estarán hablando de lo más desarrollado del universo, es decir, las organizaciones que ya habían podido gestionar su encuadre legal, que ya tenían por ello algún tipo de vínculo con el Estado, y que estaban entonces en una posición mucho más consolidada que la mayoría de las organizaciones que accederían al financiamiento en líneas posteriores. Los cruces de este primer universo con

[89] A través de la Resolución 1050 del 17 de septiembre de 2014, AFSCA aprobó una prórroga de 120 días, contando desde el 30 de mayo de 2014, para la ejecución y la rendición de los fondos correspondientes al segundo desembolso (que originalmente era del 2 al 30 de junio).

los posteriores, correspondientes a las sucesivas líneas, nos darán indicadores de cómo y cuánto la política fue expandiéndose.

En la siguiente tabla, mostraremos los proyectos presentados a este concurso:

Organización	Tipo entidad	Región	Provincia	Modalidad	Estado
Comunidad Diaguita Calchaquí Cieneguilla del Pueblo Diaguita - Calchaquí	PO	NOA	Salta	No Operativa	GANADO
Asociación Comunidades Aborígenes	PO	NOA	Salta		PRESENTADO
Comunidad Indígena del Pueblo Tupi Guaraní Cacique Hipolito Yumbay	PO	Centro Metro	Buenos Aires	No Operativa	GANADO
Comunidad La Armonía del Pueblo Lule Vilela	PO	NOA	Santiago del Estero	No Operativa	GANADO
Comunidad Mapuche Huayquillan	PO	Patagonia	Neuquén	No Operativa	GANADO
Comunidad Aborígen Aim Mokoilek (Soy Mocovi)	PO	Centro Norte	Santa Fe	No Operativa	GANADO
Consejo Kolla de Isla de Cañas	PO	NOA	Salta		PRESENTADO
Comunidad Huarpe Güentota	PO	CUYO	Mendoza		PRESENTADO
Fundación Abrojos Colectivo de Educación Popular	SFL	NOA	Tucumán		PRESENTADO
Asociación Mutual del Magisterio de Santa Fe	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
Asociación Mutual del Magisterio de Santa Fe	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
Cooperativa de Trabajo para la Comunicación Social Ltda.	SFL	Centro Metro	Buenos Aires	OPERATIVA	GANADO
Asociación Civil Centro de Cultura y Comunicación	SFL	Centro Metro	Buenos Aires	OPERATIVA	GANADO
Asociación de Mujeres La Colmena	SFL	Centro Metro	Buenos Aires	OPERATIVA	GANADO
La Colifata Salud Mental y Comunicación Asociación Civil	SFL	Centro Metro	CABA	OPERATIVA	GANADO
Asociación Civil Rodolfo Walsh Cultura y Comunicación Popular	SFL	Centro Metro	CABA	OPERATIVA	GANADO
Fundación Alternativa Popular en Comunicación Social	SFL	Patagonia	Río Negro	OPERATIVA	GANADO
Asociación Civil Colectivo Gráfico	SFL	Centro Metro	CABA	OPERATIVA	GANADO

Asociación Civil La Tribu	SFL	Centro Metro	CABA	OPERATIVA	GANADO
Cooperativa de Trabajo La Usina de Ideas Limitada	SFL	Centro Metro	Buenos Aires	OPERATIVA	GANADO
Trabajadores de Emisora Pampeana Cooperativa de trabajo	SFL	Patagonia	La Pampa	OPERATIVA	GANADO
Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal	SFL	Centro Norte	Córdoba	OPERATIVA	GANADO
Bilbioteca Popular Leopoldo Lugones	SFL	Centro Norte	Córdoba	OPERATIVA	GANADO
Centro de Educación, Comunicación y Biblioteca Popular (CECOP)	SFL	Centro Norte	Santa Fe	OPERATIVA	GANADO
CAXI Asociación para el Desarrollo Integral	SFL	CUYO	Mendoza	OPERATIVA	GANADO
Asociación Mutual Carlos Mugica	SFL	Centro Norte	Córdoba	OPERATIVA	GANADO
Asociación Vecinal Barrio Chalet	SFL	Centro Norte	Santa Fe	OPERATIVA	GANADO
Comunidad Indígena Kollas El Desierto	PO	NOA	Salta		PRESENTADO
Asociación Civil de la Azotea	SFL	Centro Metro	Buenos Aires	OPERATIVA	GANADO
Agrupación Mapuche Aigo	PO	Patagonia	Neuquén		PRESENTADO
Asociación Mutual Talleres	SFL	Centro Metro	Buenos Aires		PRESENTADO
Asociación Civil Alas para la Comunicación Popular	SFL	Patagonia	Río Negro		PRESENTADO
Comunidad Mapuche Manqui	PO	Patagonia	Neuquén		PRESENTADO
Cooperativa de Trabajo La Cuña Limitada	SFL	Centro Metro	CABA		PRESENTADO
La Aldea. Comisión Permanente Atah	SFL	NOA	Tucumán		PRESENTADO
Comunidad Aborigen de Queta	PO	NOA	Jujuy	OPERATIVA	GANADO
Asociación Civil Nuevo Sol	SFL	NEA	Formosa		PRESENTADO
Asociación Civil Grupo Pro Derecho de los Niños	SFL	Patagonia	Chubut		PRESENTADO
Cooperativa de Trabajo Producciones	SFL	NEA	Misiones		PRESENTADO
Fundación Gente Nueva	SFL	Patagonia	Río Negro		PRESENTADO
Comunidad Pueblo Originario Vilela de Pampa Pozo	PO	NOA	Santiago del Estero		PRESENTADO
Comunidad Indígena Sentimiento de mi tierra del Pueblo Sanaviron	PO	NOA	Santiago del Estero		PRESENTADO
COMUNIDAD LAS CAPILLAS DEL PUEBLO KOLLA	PO	NOA	Salta		PRESENTADO

Asociación Cuyum de Comunicación Popular	SFL	CUYO	Mendoza		PRESENTADO
Comunidad India Quilmes	PO	NOA	Tucumán		PRESENTADO
Comunidad Mapuche Linares	PO	Patagonia	Neuquén		PRESENTADO
Fundación Vivir para Contarla	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
Cooperativa de Trabajo Producciones Integrales de Comunicación Cooperativa de Trabajo Limitada	SFL	Patagonia	La Pampa		PRESENTADO
Asociación Argentina de los Adventistas	SFL	Centro Norte	Córdoba		PRESENTADO
Comunidad Indígena Sentimiento de mi tierra del Pueblo Sanaviron	PO	NOA	Santiago del Estero		PRESENTADO
Cooperativa Agropecuaria Forestal de	SFL	NOA	Santiago del Estero		PRESENTADO
Asociación Comunitaria El Colchón	PO	NEA	Chaco		PRESENTADO
Asociación Civil Biblioteca Popular La	SFL	Centro Norte	Córdoba		PRESENTADO
Asociación Mutual del Magisterio de Santa Fe	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
Asociación Mutual del Magisterio de Santa Fe	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
Asociación Mutual del Magisterio de Santa Fe	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
FM Popular 98.7	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
Asociación Mutual del Magisterio de Santa Fe	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
Asociación Mutual del Magisterio de Santa Fe	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
Asociación Mutual del Magisterio de Santa Fe	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
Asociación Mutual del Magisterio de Santa Fe	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
UTN Resistencia	SFL	NEA	Chaco		PRESENTADO
Club Defensores de Juan Domingo Perón	SFL	NEA	Formosa		PRESENTADO
Fundaciòn Ayudando	SFL	CUYO	Mendoza		PRESENTADO
Cooperativa Ltda Zárate	SFL	Centro Metro	Buenos Aires		PRESENTADO
UTN Avellaneda	SFL	Centro Metro	Buenos Aires		PRESENTADO
Comunidad Lof Che Buenuleo	PO	Patagonia	Río Negro		PRESENTADO
Canal 30 UHF	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
Asociación Civil Biblioteca Popular Tanino	SFL	Centro Norte	Santa Fe		PRESENTADO
Asociación Civil Nosotros	SFL	NEA	Formosa		PRESENTADO
COMUNIDAD CHORRILLOS DEL	PO	NOA	Jujuy		PRESENTADO

PUEBLO OCLOYA					
Comunidad Mapuche Las Salinas	PO	Patagonia	Chubut		PRESENTADO

Para esta primera línea hubo un total de 72 presentaciones, de las cuales sólo 23 resultaron ganadoras del financiamiento, es decir alrededor del 31%. Este bajo porcentaje podría explicarse tal vez por ser resultado del primer llamado, la primera vez que esas organizaciones debían responder a los requisitos establecidos por la DPE, pero esa información no está sistematizada. Las razones de por qué no resultaron ganadores más proyectos solamente figuran en los expedientes de cada uno de ellos, por lo que es difícil establecerlo con certeza. Otra explicación posible es la cantidad de fondos destinados a esta primera línea.

Del total las presentaciones realizadas, 22 fueron de radios de Pueblos Originarios y 50 de organizaciones sin fines de lucro. En términos regionales, la distribución arroja 14 presentaciones en la región Centro Metropolitano, 21 en el Centro Norte, 6 en el NEA, 15 en el NOA, 4 en Cuyo y 12 en la Patagonia. Las Provincias con más presentaciones fueron Santa fe con 16, y Buenos Aires con 9, seguidas por la CABA, Córdoba, Salta y Santiago del Estero con 5 presentaciones cada una; Neuquén, Río Negro y Mendoza con 4 cada una; Formosa y Tucumán con 3; Chubut, La Pampa, Chaco y Jujuy con 2 cada una, y Misiones con 1. No hubo presentaciones de organizaciones de Corrientes, Entre Ríos, San Luís, San Juan, Catamarca, La Rioja, Santa Cruz o Tierra del Fuego. Tanto a nivel regional como provincial, es notoria la concentración en el centro del país, que reúne casi la mitad de las presentaciones efectuadas.

Esta centralización se profundiza si consideramos solo las organizaciones sin fines de lucro, donde las regiones Centro Metropolitano y Centro Norte abarcan 33 de las 50 presentaciones totales. Del resto, 6 provinieron del NEA y la Patagonia respectivamente, 3 del NOA y 2 de Cuyo. La distribución provincial es similar a la de los totales, con Santa Fe (15) y Buenos Aires (8) encabezando la lista, seguidos de la CABA (5) y Córdoba (5).

Pero si ponemos la mirada en los Pueblos Originarios, ese mapa centralizado se desarma y se invierte. Aquí el Centro tiene sólo 2 presentaciones, mientras que entre el NOA y la Patagonia concentran 18 de las 22 presentaciones. Las dos restantes corresponden a Cuyo, no habiéndose registrado ninguna en el NEA. Cabe resaltar el papel del NOA, de donde provinieron 12 presentaciones, más de la mitad del total. En cuanto a las Provincias, Salta fue la que más proyectos presentó con 5, seguida de Santiago del Estero y Neuquén con 4 cada una, Jujuy y Mendoza con 2, Buenos Aires, Santa Fe, Tucumán, Río Negro y Chubut con 1. Trece Provincias más la CABA no realizaron presentaciones en esta categoría.

Una primera lectura posible de este mapa de presentaciones es que si bien este primer llamado del FOMECA no logró quebrar la centralización -lo cual, por otra parte, significaría cambiar la lógica de funcionamiento estructural del mapa de medios de País, difícilmente

exigible a una sola política, de cualquier naturaleza-, sí comenzó a expresar un cierto federalismo no sólo en términos geográficos sino también sociales. El hecho que tanto el NOA como la Patagonia se constituyeran en polos significativos de presentaciones de proyectos, y que eso además estuviese asociado a la particularidad de sus poblaciones, con los Pueblos Originarios como actor preponderante, es un primer indicio a considerar.

Si buscamos, por otro lado, analizar la totalidad de presentaciones en términos ya no de cantidades sino de montos, nos volvemos a topar con el problema de la falta de información. Al no estar sistematizada la información sobre la modalidad ni el monto de cada presentación, solo podemos hacer inferencias tomando como posibilidad que todas las presentaciones se hicieran por el máximo permitido por proyecto. Si las 72 presentaciones se hubiesen hecho por el máximo permitido de $200.000, eso nos daría un total de $14.400.000. Pero los montos máximos diferían entre las dos categorías posibles, siendo el máximo para las no operativas de $100.000. Al no contar con la información sobre cuántas de las presentaciones correspondieron a esta categoría, podemos considerar sólo a las cinco ganadoras dentro de la misma, lo que dejaría el monto máximo posible de la totalidad de presentaciones en $13.900.000. De ese máximo posible, se terminaron aprobado proyectos por la suma de $3.817.648, de lo cual se terminaron entregando $3.245.000 en términos de subsidio, y las organizaciones debieron desembolsar $572.647 en concepto de contraparte.

Ya dentro del análisis de los proyectos que resultaron ganadores, encontramos que del total de 23 radios ganadoras, 18 ya se encontraban operativas y solo 5 no lo estaban. Se puede inferir en esto que la línea estuvo más orientada a fortalecer los medios que ya estaban instalados, o que, en la definición de la política fueron más palpables las características de ese universo más conocido de las radios que ya operaban que las necesidades y condiciones de las que estaban montando su estructura. Esto de alguna manera resulta lógico, ya que dentro del sector que había pugnado tanto por la sanción de la Ley como por la implementación de estos subsidios, las radios comunitarias operativas habían sido protagonistas. Por otro lado, todas las radios no operativas que resultaron ganadoras pertenecían a comunidades de Pueblos Originarios, lo cual puede explicarse por el hecho de que este sector podía acceder a autorizaciones a demanda. De hecho, de los proyectos ganadores presentados por comunidades de Pueblos Originarios, solo uno corresponde a una radio que ya estaba operativa, la radio de la Comunidad Aborigen de Queta, de Jujuy. Los otros cinco proyectos ganadores corresponden todos a radios no operativas, marcando una continuidad en el desarrollo del objetivo de la LSCA de fomentar al sector de los Pueblos Originarios como un actor específico en el mapa de voces del País. Si en la concepción de la Ley se los había beneficiado con la definición de personas de derecho público no estatal con la posibilidad de acceder a autorizaciones a demanda, el paso siguiente era dotar de recursos

a las organizaciones que hubiesen accedido a las mismas pero aún no contaban con un medio de comunicación, para que pudieran montarlo.

A su vez, todos los proyectos ganadores pertenecientes a organizaciones sin fines de lucro corresponden a radios operativas. Ninguno de los proyectos ganadores de la categoría no operativas provino de este sector, lo cual muestra que, dentro del mismo, que quienes estaban más consolidados fueron los que pudieron acceder a la política. Fueron en total 17 ganadores contra los 6 ganadores pertenecientes a los Pueblos Originarios. Esos 17 proyectos ganadores movieron un total de $3.115.424,73, de los cuales $2.648.111 fueron entregados por el FOMECA como subsidios, y las organizaciones debieron aportar $467.313,73 como contraparte. Los Pueblos Originarios, por su parte, ganaron proyectos por un total de $702.222,36, recibiendo $596.889 como subsidio y teniendo que poner $105.333,36 como contraparte. En términos generales, los sin fines de lucro obtuvieron 17 proyectos ganadores sobre 50 presentaciones, lo que representa un 34%, mientras que los Pueblos Originarios obtuvieron 6 aprobaciones de 22 presentaciones, un 27% aproximadamente.

En términos geográficos, la región Centro Metropolitano fue la que más ganadores tuvo, con 10 sobre 14 presentaciones. Centro Norte, que había sido la región con más presentaciones, obtuvo 6 ganadores sobre 21 presentaciones. En ambos casos solamente una presentación por región fue para la categoría no operativas, lo que de alguna manera muestra que fueron los medios comunitarios con más trayectoria y experiencia los que lograron acceder al subsidio en esta primera convocatoria. Las organizaciones del Centro Metropolitano movieron $1.798.032,94 con sus proyectos ganadores, recibiendo $1.528.328 en subsidios, y debiendo poner como contraparte $269.704,94. A su vez, las organizaciones del Centro Norte movieron $1.020.831,76 con sus proyectos ganadores, recibieron $867.707 en subsidios, y aportaron $153.124,76 como contraparte. De todos estos proyectos, sólo dos correspondieron a Pueblos Originarios, marcando también una característica de composición de la región. La distribución de ganadores por provincia es la siguiente: Buenos Aires 6, CABA 4, Córdoba y Santa Fe 3.

Las regiones que siguen en términos de ganadores son, como en la cantidad de presentaciones, el NOA y la Patagonia, con 3 cada una. En el NOA todos lxs ganadorxs fueron comunidades de Pueblos Originarios, mientras que en la Patagonia 2 de lxs tres ganadorxs fueron organizaciones sin fines de lucro. En total estas regiones movieron los siguientes montos: NOA $374.781,18 el total de proyectos, de los cuales $318.564 fueron subsidios y $56.217,18 contraparte aportada por las organizaciones; Patagonia $470.109,40 en total de proyectos, $399.593 en subsidios y $79.516,43 en contrapartes de las organizaciones. Salta, Jujuy, Santiago del Estero, La Pampa, Río Negro y Neuquén fueron las provincias con proyectos ganadores, con un proyecto por cada una. Por su parte, Mendoza fue la única

perteneciente a otra región a las ya mencionadas que ganó un proyecto por un total de $153.891,76 para lo que recibió $130.808 como subsidio y se le exigió una contraparte de $23.083,76.

Los números desagregados por región siguen mostrando la profundidad de la centralización. Las dos regiones del centro recibieron $2.396.035 en subsidios sobre los $3.245.000 totales otorgados, casi un 74%. Por otro lado, las organizaciones sin fines de lucro recibieron $2.648.111, lo que representa alrededor del 82% del total del subsidio, y los Pueblos Originarios $596.889.

Siguiendo la distribución porcentual para los gastos de los subsidios establecidos por el reglamento, donde se especificaba que los gastos en honorarios no podían superar el 30% del proyecto, podemos inferir que, como mínimo, las entidades del sector se capitalizaron por $2.672.353,60 en equipamiento y adecuación edilicia, que corresponde al 70% del monto total de proyectos aprobados. Por último, es importante destacar también que el desembolso del Estado en esta primera línea de FOMECA fue algo más de 8% superior al presupuesto establecido en el reglamento -$3.245.000 contra $3.000.000 presupuestados-.

3.2.1.b. FOMECA Línea 2 2013: Producciones audiovisuales

El día 8 de octubre de 2013, el Directorio de AFSCA aprobó la Resolución 1220 que llamaba por segunda vez a concurso abierto, en todo el territorio nacional, para el otorgamiento de subsidios correspondientes al FOMECA. Este segundo llamado no fue para subsidios en equipamiento sino para producción radiofónica y audiovisual.

De acuerdo al artículo 5 del reglamento, AFSCA definió que podían ser postulantes al concurso las personas jurídicas sin fines de lucro que contaran con la adjudicación de una licencia de radiodifusión o con el reconocimiento otorgado a través de la Resolución N° 753-COMFER/06 y los Pueblos Originarios autorizados. Y agregó una segunda categoría de postulantes: las Productoras Audiovisuales. El artículo 58 de la LSCA y el Decreto 904/2010 habían creado el Registro Público de Productoras Audiovisuales, denominando *productora* a

> *la persona de existencia visible o ideal responsable o titular o realizadora del proceso de operaciones por las que se gestionan y organizan secuencialmente diversos contenidos sonoros o audiovisuales, para configurar una señal o programa, o productos audiovisuales* (Res. 1220/13, Considerando 9, pág. 03).

La incorporación de este actor en el mapa de beneficiarixs del FOMECA obedece, como ya afirmamos previamente en relación a otros aspectos del concurso, a la preocupación del Estado por atender a las condiciones históricas de desarrollo desigual e injusto del sector, dando cuenta de que muchxs no poseían licencia, reconocimiento ni autorización otorgada por AFSCA. A pesar de esa falta de reconocimiento legal -fundamental para formalizar el sector, como se proponía estratégicamente- el mismo Estado debía dar respuestas parciales

ante su propia falta. En ese sentido, se permitió que las organizaciones sin fines de lucro se presentaran a concurso en calidad de productoras audiovisuales, en muchos casos, y en otros también se incentivó a conformar este tipo de entidades. Desde el Estado, se entendió que era necesario desarrollar ese sector que estaba concentrado por las grandes productoras de contenidos, propiedad a su vez de los grandes medios, con lógica comercial y centralizada en las grandes ciudades.

Las entidades participantes en calidad de Productoras debían estar, de manera obligatoria, asociadas a emisoras sin fines de lucro o de Pueblos Originarios con licencia, reconocimiento o autorización vigente, de manera de garantizar que el contenido producido con el subsidio enriqueciese la grilla de programación de una emisora operativa. De esta manera, se propuso fomentar y desarrollar la producción de calidad, tanto radiofónica como audiovisual, del sector.

Este concurso poseía dos formatos distintos, según el artículo 2 de ambos reglamentos[90]: producción radiofónica y producción audiovisual. Financió montos de $20.000 para producciones radiofónicas y de $30.000 para producciones audiovisuales, que no podían ser más de 30 proyectos por formato. Aquellos que resultaron ganadores fueron beneficiados, según el reglamento, con este aporte no reembolsable que solo podía ser utilizado para la ejecución del proyecto presentando. A diferencia de la Línea 1 2013 Equipamiento, esta Línea no solicitó a lxs beneficiarixs una contraparte[91]. El artículo 5 de la Resolución determinó que el gasto que demandara el cumplimiento del concurso no podía superar el $1.500.000 y que correspondía a la partida presupuestaria para el Ejercicio 2013 del organismo.

Según los Reglamentos de la Línea 2 2013 Producción Audiovisual, el objetivo de este concurso era fomentar, por un lado, la producción de *programas de radio* en el caso del formato radiofónico y, por el otro, la producción de *spots y campañas de bien público* en el caso del formato audiovisual (Res. 1220/13, Anexos I y II, Reglamento para el llamado a concurso del Fondo de Fomento Concursable, Art. 2). Desde los objetivos del concurso, podemos afirmar que el Estado comenzó a desarrollar una perspectiva más integral sobre la realidad de los medios a los que buscaba fomentar. Es decir, se comprendió que las dificultades del sector no sólo estaban vinculadas al equipamiento o desarrollo tecnológico -o, mejor dicho, que para incidir en la agenda pública, no sólo había que modernizar las emisoras y desarrollar sus condiciones estructurales- sino que también era fundamental desarrollar producciones de calidad, que aportaran *al pluralismo, la diversidad, la construcción*

[90] La Resolución 1220/13 aprobó como Anexos I y Anexo II los Reglamentos para Formato Radiofónico y Formato Audiovisual, respectivamente.
[91] En esta oportunidad, y por única vez en el período analizado, el Estado no solicitó contraparte a las entidades participantes.

de ciudadanía y la inclusión social, a través de la federalización de la producción (Res. 1220/13, Anexos I y II, Art. 2).

Los requisitos definidos para la presentación de proyectos incluyeron la presentación de los mismos por Mesa de Entrada de AFSCA o en cualquiera de las delegaciones del organismo en el país o por vía postal, en las fechas determinadas por el cronograma. Serían excluidas las presentaciones electrónicas o fuera del horario o fecha de cierre del concurso.

Cada proyecto debía ser presentado en un sobre que contuviera una carpeta impresa y anillada que contara de 3 partes: 1. Documentación, 2. Proyecto y 3. Un sobre con un CD/DVD con el contenido de la carpeta digitalizado y un *demo* en caso de formato radiofónico, o un *storyboard* en caso de formato audiovisual. Las copias de la documentación debían estar certificadas por Entidad Bancaria, Registro Civil, Juzgado de Paz, Escribanx Públicx, o funcionarixs de AFSCA.

La documentación requerida para presentarse era la misma que en la Línea 1 2013 Equipamiento, aunque cambiaba el Formulario 1 a presentar y se agregan algunos documentos nuevos. En primer lugar, una fotocopia de la inscripción en el Registro Público de Señales y Productoras en caso de entidades ya en funcionamiento y, de manera excepcional, las productoras aún no registradas podían enviar el formulario completo para la inscripción al Registro. En segundo lugar, un compromiso irrevocable de emisión con una entidad con licencia o reconocimiento, de radio o televisión, sin fines de lucro o de Pueblos Originarios autorizados y, por último, una autorización de acreditación de pagos del tesoro nacional en cuenta bancaria y, en caso de no poseer, debían adjuntar los formularios completos para el alta de beneficiarix.

En el caso del formato radiofónico, lxs participantes debían acompañar el demo con un guión para el desarrollo de un programa radial que debía tener una duración de no más de seis meses y tanto el formato del programa -documental, reportaje, radioteatro, magazine, entrevista, etc.- como la cantidad de horas semanales de emisión quedaban a criterio de cada entidad. En el caso del formato audiovisual, lxs participantes debían acompañar el storyboard con un guión para el desarrollo de no menos de dos spots audiovisuales, de no más de 45 segundos de duración, que debían ser parte de una campaña de bien público.

A través del Reglamento, el organismo sugirió una lista de temáticas posibles para los programas radiofónicos y los spots audiovisuales, que no excluían la posibilidad de que las entidades abordaran otros, que hablan por sí mismos sobre las prioridades del Estado en relación a los contenidos a desarrollar: *a) geografía; b) Historia Argentina, de los Pueblos Originarios o Latinoamericana; c) Derechos Humanos; d) Perspectiva de género; e) Niñez y Adolescencia; f) Lucha contra la violencia; g) Valores sociales (solidaridad, asociativismo, etc.); h) Diversidad Cultural; i) otros.*

Un cambio interesante del Reglamento del concurso respecto a la Línea 1 2013 Equipamiento fue la incorporación de una *cláusula* de competencia y distribución regional de los proyectos. Con el objetivo de garantizar una distribución equitativa por regiones de los fondos del FOMECA y con representación federal, partiendo de la premisa de que el sistema de medios de nuestro país se había desarrollado históricamente con una lógica de centralización, AFSCA determinó que las entidades competirían entre sí en el concurso pero sólo con aquellas de su misma región, con un mínimo de dos proyectos por cada una. Se establecieron seis regiones conformadas por las siguientes provincias: *1) Región Centro Metropolitano*: Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires; *2) Región Centro Norte:* Córdoba y Santa Fe; *3) Región Noreste Argentino*: Misiones, Corrientes, Chaco, Formosa y Entre Ríos; *4) Región Noroeste Argentino:* Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán y Santiago del Estero; *5) Región Nuevo Cuyo:* Mendoza, San Juan, San Luis y La Rioja; *6) Región Patagonia:* La Pampa, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

Según el reglamento, los proyectos presentados serían evaluados y serían seleccionados los ganadores por un Comité Evaluador, de la misma manera que sucedió con la Línea 1 2013. Sin embargo, en esta oportunidad se incorporaron dos cláusulas que restringían tanto la conformación del Comité como las entidades participantes. Por un lado, ningunx miembrx del Comité podía integrar o haber integrado en el último año previo al concurso los órganos administrativos de cualquiera de las entidades participantes. Por otro, ningunx podía mantener vínculos de *consanguinidad o afinidad hasta segundo grado* con personas que formaran parte, o lo hayan hecho en el último año previo al concurso, de los órganos administrativos o de fiscalización de cualquiera de las entidades participantes. Caso contrario, la entidad sería excluida de la participación del concurso.

Las propuestas fueron evaluadas, según el Reglamento, en dos instancias: en primer lugar, se consideró la presentación del proyecto y la documentación, requisito excluyente para pasar a la instancia del Comité Evaluador. Una vez aprobada esta etapa, la segunda instancia estuvo a cargo del Comité, que eligió los 30 mejores guiones a partir de analizar su calidad y su aporte a la diversidad cultural y comunicacional. Los criterios que lxs juradxs tuvieron en cuenta y el puntaje que le otorgaron a cada uno, según el art. 19 del Reglamento “Instancias y criterios generales de evaluación”, fueron:

a) *Pertinencia y solidez de la propuesta (10 puntos)*
b) *Metodología de investigación para el tratamiento de los temas y la producción (15 puntos)*
c) *Tratamiento estético (25 puntos)*
d) *Originalidad de la propuesta (25 puntos)*

e) *Asociativismo[92]. Nivel de participación de diferentes sectores en la etapa de producción (10 puntos)*

f) *Antecedentes del equipo humano responsable de desarrollar el proyecto (15 puntos)*

Toda esta información, el Comité Evaluador la obtenía del proyecto elaborado por la propia entidad a través del Formulario 1, en el cual se solicitaba la descripción de los datos de la emisora o productora; los objetivos y la motivación del proyecto; la sinopsis general del proyecto; el guión; la propuesta estética/narrativa; las etapas y el cronograma; la explicitación del asociativismo, el acuerdo de transmisión en caso de ser productora y los antecedentes del Director y el Equipo Técnico.

Al igual que en la Línea 1 2013, el Reglamento definió en qué podían gastarse los fondos del subsidio: gastos de producción entre las cuales estaban honorarios, equipos, derechos de autor, servicios tercerizados, etc. Los gastos excluidos del subsidio fueron los mismos que en la primera línea. A diferencia de lo que ocurrió en la Línea 1, el subsidio se efectuó mediante un único desembolso, con una evaluación intermedia, que tenía el objetivo de establecer el avance del proyecto mediante un informe elaborado por la entidad beneficiaria.

Para esta línea de financiamiento, al igual que para la Línea 1 2013, AFSCA previó un cronograma de implementación de aproximadamente un año completo[93], mientras que la ejecución del mismo por parte de la entidad beneficiaria se limitó a un periodo no mayor a cuatro meses para el audiovisual, tomando como modelo base para las etapas 3 meses de preproducción y producción y 1 mes de posproducción, y no mayor a ocho meses para el formato radiofónico, tomando como modelo base para las etapas 2 meses de preproducción y producción y 6 meses de ejecución (Res. 1220/13, Anexos I y II, Art. 14 “Plazos de ejecución”).

El producto final debía entregarse antes de la fecha límite, en un DVD con los programas producidos, que no podían ser menores a 12 horas de emisión total, en el caso del formato radiofónico, y uno o más DVDs con archivos de calidad HD o Full HD con la campaña de bien público ya producida, la cual no podía contar con menos de dos spots de 45 segundos cada uno.

Al igual que en la Línea 1 2013, se definió que las obligaciones de lxs beneficiarixs quedaban establecidas por el reglamento y su incumplimiento podía implicar la rescisión del

[92] Se consideró *asociativismo* a “*la participación de otras entidades, diferentes a quien presenta el proyecto, en las etapas de pre y producción del proyecto, aportando conocimiento, experiencia, recursos, etc.”* (Res. 1220/13, Anexos I y II, Art. 19, pág. 41).

[93] A través de la Resolución 0325 del 22 de abril de 2014, AFSCA aprobó una prórroga hasta el 31 de agosto para la ejecución del proyecto para que el Concurso FOMECA formato Audiovisual (que originalmente era hasta el 30 de abril de 2014).

convenio por parte de AFSCA y la devolución de los fondos. Sin embargo, este concurso sumó algunas responsabilidades que en la primera línea no estaban presentes:

1. *Autoría del proyecto y derechos de autoría:* si bien la autoría del proyecto fue considerada propiedad de las entidades participantes, todas debían ceder los derechos, eximiendo a AFSCA de cualquier reclamo en torno al uso o reproducción del producto final. En ese sentido, para poder mantener los derechos de autoría y al mismo tiempo, dado el carácter subsidiado y el origen público de los fondos, debieron permitir a otros medios, entidades y personas en general copiar, distribuir, y hacer uso de trabajo presentado en forma parcial o total a través de la autorización a la AFSCA a inscribir los proyectos en las licencias *Creative Commons* en la categoría Atribución-Compartir Obras Derivadas Igual. *"Esta licencia permite copiar, distribuir, exhibir y ejecutar la obra, hacer obras derivadas de la obra original y usar la obra comercialmente; todo ello a condición de que se atribuya la autoría sobre la obra en la forma en que haya sido especificada por el autor o licenciante de la obra, o las obras derivadas se compartan bajo la misma licencia de la obra original"* (Res. 1220/13, Anexos I y II, Artículo 17)
2. *Contrataciones y derechos:* Corría por cuenta y responsabilidad de las entidades beneficiarias, según el artículo 23 de los Anexos I y II, la contratación de los artistas, intérpretes o ejecutantes y el pago de los derechos que resultaran necesarios para el desarrollo del proyecto.
3. *Audio o placa:* Los proyectos ganadores debían incluir un audio o placa, según el formato, que indicara *"Este proyecto ha sido ganador del concurso FOMECA para producciones Audiovisuales y subsidiado por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual con fondos públicos"* (Res. 1220/13, Anexos I y II, Artículo 23).

Por último, el Reglamento de este concurso definió que la participación en él implicaba la autorización a AFSCA para la difusión y reproducción del trabajo producido, para todo tipo de comunicación vinculada al concurso y sus resultados. Esto implicaba, a su vez, la autorización para la utilización del nombre, imagen y proyecto de la entidad, sin retribución alguna más allá del subsidio.

FOMECA Línea 2 2013 en números

Las presentaciones a la segunda línea del 2013 duplicaron las de la primera. Fueron 147 contra las 72 de la Línea 1, divididas en las dos modalidades con 55 presentaciones para proyectos radiofónicos y 92 para proyectos audiovisuales. De los 55 proyectos radiofónicos 53 provinieron de organizaciones sin fines de lucro y solo 2 de comunidades de Pueblo

Originarios. Con respecto a los audiovisuales, 4 pertenecían a estas comunidades y 88 a organizaciones sin fines de lucro. Un dato relevante a la hora de interpretar esta diferencia es la incorporación de las productoras como sujeto pasible de concursar por los subsidios. Frente al bajo porcentaje de organizaciones del universo de los sin fines de lucro que contaban para ese momento con una licencia, autorización o reconocimiento, el único encuadre legal con el que muchas organizaciones pudieron presentarse fue el de productoras. De hecho, la inclusión de esta figura como posible beneficiaria surgió de una demanda del sector que fue tomada por el Estado e incluida en el diseño de la política pública. Esto amplió significativamente el universo que se podía presentar al concurso, lo cual se expresa en las 85 presentaciones bajo la figura de productoras sobre las 147 totales. De esas 85, solo 2 provinieron de Pueblos Originarios, 57 fueron para proyectos audiovisuales y 28 para radiofónicos, lo cual explica también la diferencia en la cantidad de presentaciones para cada modalidad.

La incorporación de las productoras puede brindarnos también un elemento para observar la diferencia entre presentaciones de comunidades de Pueblos Originarios y organizaciones sin fines de lucro. Los primeros realizaron solo 6 presentaciones, un 27% de las que habían hecho para la primera línea, mientras que las organizaciones sin fines de lucro multiplicaron casi al triple su número de proyectos, de 50 a 141. Para el momento del anuncio de ganadorxs solo se habían registrado dos productoras pertenecientes a Pueblos Originarios. De las 6 presentaciones de este sector, 2 provinieron del NEA, 1 del NOA, 1 de Cuyo y 2 de la Patagonia.

A nivel geográfico, el número de presentaciones totales se concentró en el Centro Metropolitano pero, a la vez, el resto se repartió más equilibradamente en el territorio. Así, la región que incluye la Provincia de Buenos Aires y la CABA reunió 64 presentaciones, casi la mitad del total. Las demás se distribuyeron de forma pareja: el Centro Norte presentó 21 proyectos, igual que en la Línea 1; el NEA tuvo 15 presentaciones, 11 más que en el primer llamado; Cuyo y la Patagonia también incrementaron su número de presentaciones, de 4 a 15 y de 12 a 18 respectivamente. La única región que entregó menos proyectos que en la primera línea fue el NOA, con 14 presentaciones contra las 15 del primer llamado. En términos provinciales, Buenos Aires fue el territorio con más presentaciones con 33, seguido de la CABA con 31, Córdoba con 15, Río Negro con 8, Mendoza con 7, Santa Fe y Misiones con 6, Chaco, Jujuy y Tucumán con 5, San Juan con 4, Corrientes, Salta, La Pampa y Chubut con 3, Tierra del Fuego, Neuquén, La Rioja y San Luis con 2, y Formosa y Catamarca con 1. Seis provincias presentaron proyectos por primera vez, ya que no habían participado de la primera línea. Éstas fueron Corrientes, Catamarca, San Luis, San Juan, La Rioja y Tierra del Fuego. Por otro lado, Santa Fe, Salta, Neuquén, Santiago del Estero, Jujuy y Formosa fueron las provincias en las que se redujeron los números de presentaciones, mientras que en todas las

demás se ampliaron, excepto Entre Ríos y Santa Cruz que fueron los únicos distritos de los que no provinieron proyectos en 2013. En cuanto a los montos, se presentaron proyectos por un total de $4.541.176,47 -$3.860.000 si se considera el 85% de ese total, que correspondería al monto a subsidiar por el organismo-.

En cuanto a lxs ganadorxs, 30 proyectos fueron aprobados de entre las 55 presentaciones para la modalidad radiofónica, y 30 de entre las 92 de audiovisuales, cumpliendo así el cupo estipulado por el reglamento de la línea. El monto total de la suma de los proyectos de producción radiofónica ganadores fue $ 705.882,35, mientras que los proyectos audiovisuales sumaron un total de $1.058.823,53. De esos montos, el Estado otorgó en subsidios $600.000 para los proyectos radiofónicos y $900.000 para los audiovisuales.

La distribución geográfica de lxs ganadorxs, a pesar de la inclusión de la cláusula de competencia y distribución regional de los proyectos, no difirió sustancialmente de la distribución de las presentaciones, aunque mitigó la concentración si las comparamos. La región Centro Metropolitano tuvo 16 ganadores, un 25% del total, cuando había concentrado poco menos del 45% de las presentaciones, 8 de los cuales fueron proyectos radiofónicos y 8 audiovisuales. El resto de lxs ganadorxs se repartieron equitativamente en las demás regiones, 15 provinieron del Centro Norte, 13 de la Patagonia, 11 de Cuyo, 10 del NOA y 8 del NEA. La distribución por modalidades también fue pareja, siendo la mayor diferencia el NOA, donde se aprobaron 5 proyectos audiovisuales y solo 2 radiofónicos. Buenos Aires y la CABA volvieron a ser los distritos con más ganadorxs con 9 y 7 respectivamente. Siguieron Córdoba con 6, Mendoza con 5, Río Negro con 4, Misiones, Santa Fe y Tucumán con 3, Chaco, Corrientes, Jujuy, San Luis, San Juan, La Pampa, Chubut, con 2, Tierra del Fuego, Neuquén, La Rioja, Catamarca, Salta y Formosa con 1. El Centro Metropolitano recibió $400.000 en subsidios, el Centro Norte $220.000, Cuyo $230.000, la Patagonia $210.000, y el NEA $180.000.

El dato tal vez más relevante de esta segunda tanda de ganadorxs, es que 35 de los 60 fueron productoras. Esta figura, incorporada por la DPE para habilitar a las organizaciones que no tenían aún un reconocimiento legal para poder presentarse al concurso, terminó aportando más de la mitad de los proyectos ganadores, lo cual revela la importancia de esta decisión para el sector. Ésto puede marcarse como una primera experiencia exitosa de amplificación de la política, definida por el Estado a partir del crecimiento del vínculo con el sector a fomentar y la toma de conocimiento de sus necesidades. De las productoras ganadoras 19 obtuvieron el financiamiento para la modalidad audiovisual, y 16 para radiofónicos. Esta distribución pareja difiere de la diferencia entre las dos categorías en las presentaciones, lo cual continúa la tendencia observada entre las presentaciones y lxs ganadorxs por región.

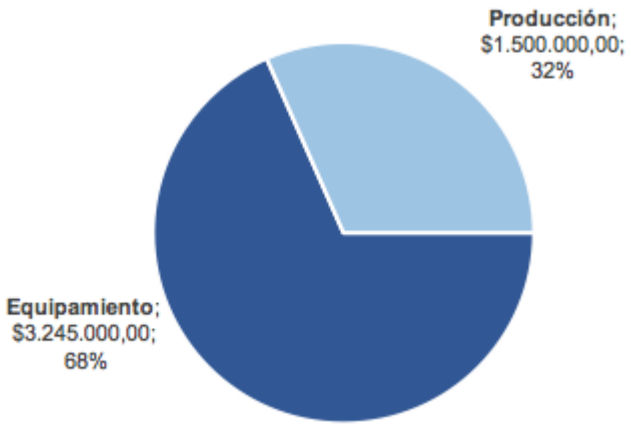
En cuanto a la distribución entre entidades sin fines de lucro y Pueblos Originarios, la enorme mayoría de lxs ganadorxs pertenecen a lxs primerxs. Solo 4 proyectos de Pueblos Originarios resultaron ganadorxs, aunque cabe remarcar que solo se habían recibido 6 presentaciones. De esos 4 ganadorxs, solo una fue una productora. Como dijimos más arriba, al momento de la asignación de ganadores sólo se habían registrado dos productoras pertenecientes a comunidades de Pueblos Originarios, y tal vez la preponderancia de ese actor en las presentaciones de esta línea y la falta de productoras de Pueblos Originarios pueda explicar de alguna manera este bajo número. Los 4 proyectos ganadorxs provinieron uno del NOA, uno del NEA, uno de Cuyo y uno de la Patagonia. Los proyectos de Pueblos Originarios es el único punto en el que las regiones del centro del país, que concentraron la mayoría de las presentaciones y ganadorxs, no mantienen su hegemonía, lo cual resalta su importancia para el fomento a la diversidad, tanto geográfica como social, en el mapa comunicacional argentino.

Esta segunda línea de 2013 mostró ser un buen laboratorio de lo que el Estado podía proponerse para expandir su política de fomento al pluralismo. Si bien significó casi un 50% en términos de erogaciones comparada con la Línea 1 2013, $1.500.000 contra $3.245.000, y alrededor de un 30% de la erogación total anual, la incorporación de la producción audiovisual y radiofónica como materia del subsidio, y de las productoras como sujeto a subsidiar, sin dudas significó una apertura de los marcos con los que el Estado había comenzado a concebir su intervención, proceso que se irá profundizando con futuras líneas y para el cual fue determinante la relación con el sector de los medios sin fines de lucro, que comenzaron a orientar a ese Estado en función de sus necesidades concretas.

3.2.1.c. El FOMECA en 2013

Para finalizar el análisis de estos primeros seis meses de implementación del FOMECA, se avanzará en los números totales de los dos llamados a concurso realizados en 2013. AFSCA entregó durante este año un total de $4.745.000 en subsidios para 83 proyectos del sector social y comunitario de la comunicación. En términos de contraparte, las entidades beneficiarias debieron desembolsar $837.352,96, lo cual significó un monto total de $5.582.353,88 en inversión en proyectos comunicacionales del sector.

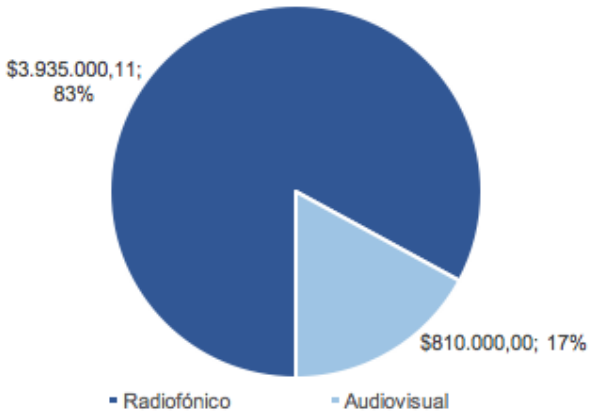
Figura 1 - Distribución del subsidio entre Equipamiento y Producción



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Se realizaron 219 presentaciones, de las cuales las 83 que resultaron ganadoras representan un 38%. Tal como se observa en la Figura 1, de los 83 proyectos ganadores 23 correspondieron a financiamiento para equipamiento y adecuaciones edilicias de emisoras radiofónicas, lo que significó un monto de $3.245.000. La categoría de producción recibió, en 2013, subsidios por un total de $1.500.000.00 con 60 ganadorxs, de los cuales $690.000 fueron otorgados a proyectos radiofónicos y $810.000 a proyectos audiovisuales.

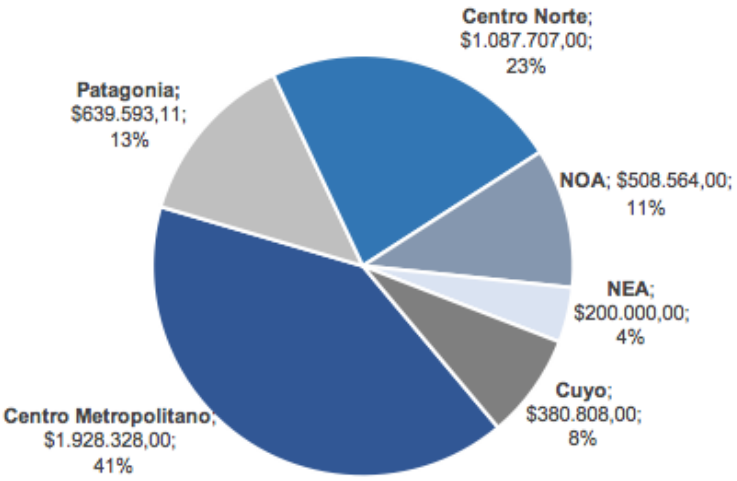
Figura 2 - Distribución de los subsidios 2013 según lenguaje



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

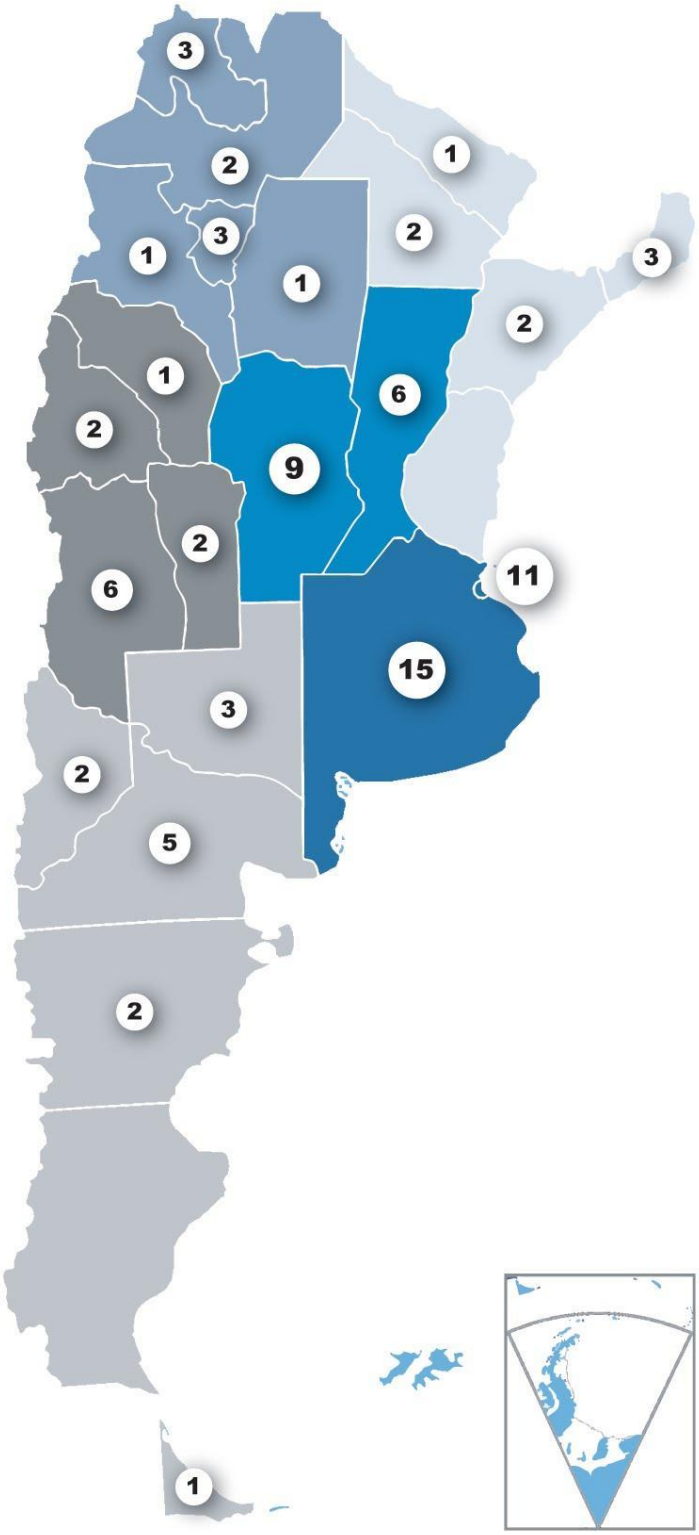
La distribución regional de lxs ganadorxs muestra, como se dijo previamente, una concentración en el centro del país. Del total de ganadorxs, aproximadamente el 31,32% provino de la región Centro Metropolitano y cerca de un 18,07% del Centro Norte. Así, vemos que entre Buenos Aires, CABA, Córdoba y Santa Fe, concentraron el 50% de lxs subsidios otorgados por el organismo en 2013 -es decir $3.016.035-. Los proyectos adjudicados a organizaciones del NEA representaron un 9,63% del total -$200.000-; los del NOA un 12,04% -$508.564-; los de Cuyo un 13,25% -$380.808- y los de la Patagonia un 15,6% -$639.593-. En la Figura 3 se puede observar cómo se distribuyó porcentualmente los montos de los subsidios entregados.

Figura 3 - Distribución de los subsidios por región



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Figura 4 - Distribución provincial de proyectos ganadores

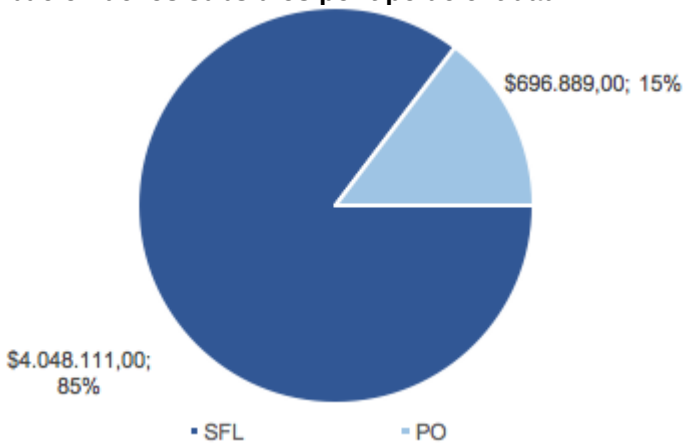


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

En relación a la distribución de ganadorxs por tipo de actor, se evidencia un claro predominio de las organizaciones sin fines de lucro -73 proyectos por un total de $4.048.111- por sobre las Comunidades de Pueblos Originarios -10 proyectos por un total de $696.889-.

En los llamados a concurso FOMECA del año 2013, estos últimos tuvieron que competir en igualdad de condiciones con los primeros por los subsidios, lo cual demuestra que durante el primer año de implementación el Estado no intervino positivamente, teniendo en cuenta las características y demandas que hacen a las Comunidades de Pueblos Originarios un tipo de beneficiario particular. De hecho, como se mencionó previamente, si se toma como categoría de análisis los proyectos de este sector, se observa que es la única categoría en la que se rompe la concentración tanto en términos de presentaciones como de ganadores en las regiones del centro del país, lo cual permite afirmar que es fundamental el desarrollo de este actor para fomentar el pluralismo en términos geográficos y sociales. Como se verá más adelante, esta situación será abordada por el Estado generando una línea de financiamiento específica para este actor.

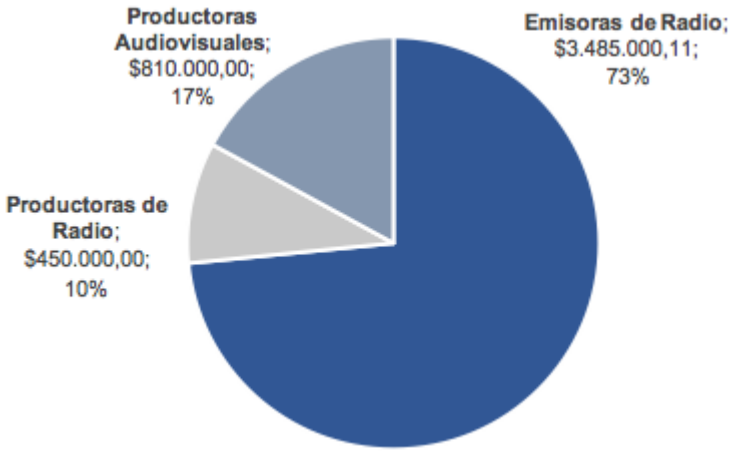
Figura 5 - Distribución de los subsidios por tipo de entidad



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Con respecto a la distribución de subsidios por tipo de entidad, se encuentra que 34 fueron emisoras con licencia, reconocimiento o autorización y 49 fueron productoras, de las cuales 27 fueron audiovisuales y 22 radiofónicas. De la primera línea de financiamiento a la segunda se atendieron a las necesidades expresadas por el sector y se buscó ampliar el universo de pasibles de recibir financiamiento. Es por eso que se puede afirmar que la decisión de incorporar a las productoras al universo FOMECA fue una decisión del Estado que aportó a fomentar y desarrollar el pluralismo del sector social y comunitario de la comunicación.

Figura 6 - Distribución de los subsidios por tipo de medio



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

3.2.2. FOMECA 2014

3.2.2.a. FOMECA Línea 1 2014: Equipamiento para radios

El día 17 de febrero de 2014, el Directorio de AFSCA aprobó la Resolución 188 que llamaba por tercera vez -primera en el año- a concurso FOMECA. El concurso estaba destinado a subsidiar 30 proyectos de equipamiento para radios, de $130.000 cada uno, con una erogación de dinero no mayor a $3.900.000 correspondientes al Ejercicio 2014. Este llamado tuvo el mismo objetivo que la Línea 1 2013, pero con algunas modificaciones que resulta importante resaltar para comprender el desarrollo de la política pública. En ese sentido, mencionaremos brevemente las continuidades respecto de los Reglamentos de ambas líneas del 2013 y profundizaremos en las diferencias que este llamado incorpora.

Una primera diferencia fundamental fue la definición de quiénes podían ser postulantes al concurso. A diferencia de las líneas abiertas en 2013 en el que no hubo una distinción por beneficiarix, este concurso estaba únicamente dirigido a las emisoras sin fines de lucro. Como se profundizará más adelante, la ex AFSCA tomó la decisión de abrir una línea exclusiva para los Pueblos Originarios: Comunicación con Identidad.

En relación a la documentación necesaria para presentar proyectos, en este llamado se incorporó como requisito la inscripción online al Registro FOMECA y una copia impresa del mismo en la carpeta.

Al igual que la línea 1 2013, se planteó nuevamente la necesidad de que lxs beneficiarixs del subsidio complementaran el mismo con un aporte del 15% en concepto de contraparte pero, en esta oportunidad, se describió con mayor detalle la composición del monto total del proyecto.

En esta oportunidad, los gastos posibles de realizar con el dinero del subsidio fueron divididos en dos categorías. Los gastos que en la Línea 1 2013 eran de a) Equipamiento tecnológico y b) Adecuación edilicia fueron categorizados como *a) Gastos de capital* y los honorarios fueron recategorizados como *b) Recursos Humanos*, que comprendía las erogaciones correspondientes al pago de honorarios profesionales, certificación técnica, consultoría, etc., además de los recursos humanos cuyas funciones fueran operativas en el proyecto (coordinación general, asistente, etc.), que no podían exceder los $3000 mensuales y los $24.000 anuales. En este sentido, se detallaron los gastos posibles de ser realizados bajo esta categoría, que era un tanto más vaga en la edición 2013. Se incorporó, a su vez, una cláusula que detalló el porcentaje exacto que debía representar cada categoría respecto del total del subsidio entregado: 70% para gastos de capital y 30% para recursos humanos. Los gastos de contraparte, a diferencia de la Línea 1 2013, podían aplicarse a los mismos ítems que los gastos del subsidio, en adhesión a los exclusivos para la contraparte.

El proceso de evaluación de los proyectos presentados, al igual que las líneas abiertas en 2013, implicó dos instancias: una de evaluación de la documentación presentada y otra a cargo del Comité Evaluador, basada en los mismos criterios definidos para la Línea 1 2013. El único requisito novedoso que se incorporó fue el punto e) *Presentación del último balance*, que tenía una ponderación de 10 puntos, el de menor valor. Este requisito tuvo el objetivo de *estimular el ordenamiento administrativo de las entidades* (Res. 188/14, Art. 16). Se mantuvo también la cláusula de competencia y distribución regional de los proyectos.

Una vez elegidos los ganadores, el procedimiento de firma de convenio, entrega de desembolsos -dos en el proceso de ejecución- y de rendición de gastos fue el mismo que en el primer concurso, aunque se detallaron aún más los pasos para una correcta rendición.

Por último, a diferencia del primer concurso de equipamiento para radios, se incorporó al Artículo 20 “Obligaciones” dos requisitos a los proyectos ganadores que ya se habían puesto en práctica en la Línea 2 2013. En primer lugar, se exigió la incorporación de *material gráfico* en la emisora y un *separador* en la programación, ambos entregados por AFSCA, con la leyenda *“Esta Radio ha sido ganadora del Concurso FOMECA / Equipamiento para Radios 2014 y subsidiado por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual con fondos públicos”*. En segundo lugar, se exigió la autorización a AFSCA para la difusión de todo tipo de comunicación vinculada al concurso, que implicara el uso de la imagen, nombre y proyecto de la entidad beneficiada.

Al igual que en las líneas anteriores, el cronograma estipulado desde la apertura del concurso hasta la evaluación final fue de aproximadamente un año.

FOMECA Línea 1 2014 en números

Para esta primera línea del año hubo un total de 25 presentaciones, de las cuales sólo 18 resultaron ganadoras del financiamiento, es decir, un 72%. Como vimos en la descripción del reglamento, la convocatoria estaba destinada a un máximo de 30 proyectos, y no planteó exclusiones con respecto a ganadores de líneas del 2013.

El total de las presentaciones sumó un monto de $3.823.529,41, de los cuales el Estado debía subsidiar $3.250.000. De las mismas, 3 fueron de radios de Pueblos Originarios y las 22 restantes de organizaciones sin fines de lucro. Si bien el reglamento de esta línea planteó que la misma estaba destinada a personas sin fines de lucro adjudicatarias de licencias o con reconocimiento 753, de las 3 presentaciones de Pueblos Originarios, dos resultaron ganadoras. Este sujeto no estaba incluido dentro de los posibles beneficiarixs ya que la Línea 2 2014 sería específica para este tipo de entidades, pero tampoco estaba explícitamente excluido. Esto permite inferir que, frente a la baja cantidad de presentaciones con respecto a la oferta de la convocatoria, el organismo decidió el otorgamiento de los subsidios a estas organizaciones más allá de que no respondieran específicamente a destinatarix de este primer llamado. De las 22 entidades sin fines de lucro, 3 contaban con una licencia adjudicada, 6 con adjudicación por artículo 49, 12 con reconocimiento 753 y la restante fue de una universidad de Catamarca. Las tres Comunidades de Pueblos Originarios que presentaron proyectos contaban con la autorización específica que la LSCA les reconoce.

En términos regionales, la distribución arrojó 7 presentaciones en la región Centro Metropolitano, 5 en el Centro Norte, 2 en el NEA, 8 en el NOA, 2 en Cuyo y 1 en la Patagonia. En cuanto a las Provincias y la CABA, y Buenos Aires presentó 4 proyectos, la CABA 3, Córdoba 5 -la de mayor cantidad en este llamado-, Jujuy 3, Santiago del Estero y Formosa 2, Salta, Catamarca, Tucumán, San Juan, Mendoza y Chubut 1. Santa Fe, Misiones, Corrientes, Chaco, Entre Ríos, San Luis, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Neuquén, Santa Cruz y Tierra del Fuego no realizaron presentaciones. Los 3 proyectos de Comunidades de Pueblos Originarios provinieron del NOA.

Puede observarse que la concentración en las regiones del centro del país se repite, con un 50% de las presentaciones provenientes de Buenos Aires, CABA y Córdoba. Por su parte el NOA continuó siendo el contrapeso a esta tendencia, generando un tercio de las presentaciones totales. Este dato resulta llamativo, considerando que la fortaleza de esta región había sido el año anterior la cantidad de presentaciones de Comunidades de Pueblos Originarios.

En cuanto al análisis de lxs ganadorxs, los 18 proyectos aprobados significaron para el Estado una erogación total de $2.340.000. El monto máximo asignado para esta línea en su reglamento era de $3.900.000, por lo que el subsidio otorgado resultó un 60% de ese máximo

establecido. Si se lo compara con la misma línea del año anterior, el monto desembolsado por el Estado en este primer llamado del año fue un 28% menor que su homólogo de 2013.

De las tres presentaciones de Comunidades de Pueblos Originarios, dos resultaron ganadoras, lo cual le reportó a este sector subsidios por $305.882,35. Ambos proyectos provinieron de organizaciones de la Provincia de Jujuy. Lxs otrxs 16 ganadorxs correspondieron a organizaciones sin fines de lucro, que en tanto sector recibió subsidios por $2.080.000. Todas fueron Emisoras de Radio.

Por otro lado, si se consideran los encuadres legales de las organizaciones que resultaron ganadoras, se observa una importante primacía de los reconocimientos 753*,* figura a la cual respondían 9 de lxs 18 adjudicatarixs del subsidio, exactamente un 50%. Los demás correspondieron a las 2 Autorizaciones de Pueblo Originarios, a 2 adjudicatarixs de licencias, y a 4 adjudicatarixs por artículo 49. Se observa en esto la importancia para el universo de las radios comunitarias, alternativas y populares de los reconocimientos legales intermedios, que si bien no les otorgan el conjunto de derechos que conlleva una licencia, sí les permitieron el acceso a políticas de fomento y la consecuente posibilidad de consolidación en el mapa comunicacional argentino.

En términos geográficos, el 50% de los proyectos ganadores provinieron de las dos regiones del centro del país, 6 del Centro Metropolitano y 3 del Centro Norte. Buenos Aires, la CABA y Córdoba fueron los distritos con más ganadorxs, con 3 cada una. El NOA tuvo 6 proyectos que resultaron subsidiados, 2 de Jujuy, 2 de Santiago del Estero, 1 de Salta y 1 de Tucumán. Esta región fue, junto con el Centro Metropolitano, las dos que más ganadorxs tuvieron. Lxs otrxs 3 ganadorxs provinieron 2 de Formosa y 1 de Chubut. Podemos observar en esta distribución de ganadorxs la consolidación del Centro Metropolitano, el Centro Norte y el NOA como las principales regiones en cuanto al tipo de medios que esta primera línea de 2014 contempló, las Emisoras de Radio, y en general dentro del mapa de medios comunitarios alternativos y populares. A su vez, las asignaciones por parte del organismo se correspondieron con la distribución que se había dado en término de presentaciones. La concentración en las regiones del centro del país que se había observado en la línea homóloga del 2013, se vio mitigada por la participación de las entidades del NOA en esta primera convocatoria de 2014.

3.2.2.b. FOMECA Línea 2 2014: Comunicación con identidad

El día 17 de febrero de 2014, el Directorio de AFSCA también aprobó la Resolución 189 que llamaba por primera vez a concurso FOMECA destinado exclusivamente a los Pueblos Originarios que contaran con autorización. Esta línea se llamó *Comunicación con Identidad* y tuvo dos modalidades diferentes: una para concursar por fondos para equipamiento para radios -máximo de 10 proyectos ganadores de $100.000 cada uno- y la otra para concursar

por fondos para producción de contenidos radiofónicos -máximo de 16 proyectos de $35.000 cada uno-. Según la Resolución, el gasto del concurso no podía exceder el $1.560.000, correspondientes a la partida de presupuesto del Ejercicio 2014, aunque el cronograma de implementación, que solía ser de menos de un año aproximadamente, en esta oportunidad se extendió a 1 año y 3 meses, finalizando el 30 de junio de 2015.

El objetivo prioritario de esta línea fue el desarrollo y fortalecimiento de un actor del mapa mediático que tenía ya una historia pero había adquirido una dinámica propia luego de la sanción de la Ley. En el primer año de implementación del FOMECA, el universo a fomentar se encontraba indiferenciado, es decir, se había puesto a competir por el financiamiento a organizaciones que si bien tienen en común algunas demandas y objetivos político-comunicacionales opuestos a los medios comerciales y concentrados, tienen entre sí diferentes condiciones de desarrollo y formas de funcionamiento que era necesario atender.

En relación a esto, en una entrevista para este trabajo, Larisa Kejval afirmó:

> *[...] lo que pasó con las indígenas, a diferencia de las comunitarias, es que fueron proyectos con menos desarrollo. La sanción de la Ley, al ser para los pueblos una conquista en nombre propio al no estar subsumidos bajo el 33%, ofició como catalizadora o motorizadora de la instalación de muchas radios. Es cierto que había experiencias previas, pero muchas de ellas tenían que ver con programas en radios comunitarias, la participación en la gestión de otras experiencias con muchos años, como "La Voz Indígena" en Tartagal. Pero después empezaron a surgir muchas experiencias indígenas y se produjo un choque de los procesos fundacionales de esas radios. Desde las condiciones muchas veces de marginalidad de los actorxs, encontrarse al frente de la oportunidad de la política pública generó muchas dificultades para la implementación, por ejemplo llenado de formularios* (L. Kejval, comunicación personal, 11 de julio de 2018).

A partir de este llamado a concurso, puede afirmarse entonces que el Estado se hizo eco de lo que la LSCA señalaba con respecto a las Comunidades de Pueblos Originarios como sector diferente al sector privado sin fines de lucro. Así, dio cuenta de la exigencia del sector de políticas que permitieran la creación de nuevos medios y el fortalecimiento de los existentes, desde sus cosmovisiones, tradiciones, lenguas y prácticas.

> *Lo que brota de las fuerzas milenarias que se siguen haciendo oír de todas las maneras posibles, es mucho más que la reivindicación de un sector social o un grupo de organizaciones de redes sociales. Lo que brota como agua de los ríos es el derecho a unos modos de existencia, resultado de su cosmovisión pero también de la resistencia permanente al hostigamiento de la cultura occidental que ha hegemonizado hasta nuestros días todos los frentes societales. Cosmovisión y resistencia motivan la gestación de una lucha que pretende por derecho*

constitucional reconocido, la participación directa en la definición de las políticas y de las leyes (Villamayor, 2011: 132).

En este sentido, es un claro avance hacia la consolidación de una política de fomento al pluralismo y a la diversidad mediática en nuestro país.

FOMECA Línea 2 2014 en números

Para esta segunda línea del año hubo un total de 26 presentaciones, de las cuales 20 resultaron ganadoras del financiamiento, es decir, un 77%. Como se observó en la descripción del reglamento, la convocatoria estaba destinada a un máximo de 26 proyectos, y no planteó exclusiones. Aunque el número máximo de la convocatoria es coincidente con el número de presentaciones, si se desagrega la composición entre las dos modalidades de la línea, puede observarse que de los 26 proyectos presentados 19 correspondieron a la modalidad Equipamiento, y los 7 restantes a la modalidad de Producción. Si se tiene en cuenta que la primera modalidad mencionada tenía un máximo estipulado de 10 ganadorxs y la segunda 16, puede afirmarse nuevamente que la oferta por parte del Estado superó la capacidad de respuesta del actor en cuestión, y que las entidades demostraron mayor necesidad de seguir equipándose que capacidad para la producción de contenidos.

El total de las presentaciones sumó un monto de $2.523.529,41, de los cuales $2.145.000 corresponden al 85% que el Estado debía subsidiar. De ese total, los proyectos correspondientes a la modalidad Equipamiento sumaron $2.235.394,12, es decir, casi un 89%, y los de producción $288.235,29.

En términos regionales, la distribución arrojó 2 presentaciones en la región Centro Metropolitano, 2 en el Centro Norte, 4 en el NEA, 14 en el NOA y 4 en la Patagonia. Nuevamente quedó evidenciada la descentralización que este sector particular le imprimió al campo de la comunicación comunitaria, popular y alternativa, así como también la consolidación del NOA como el principal polo en esta cuestión. La 2 presentaciones del Centro Metropolitano surgieron de Buenos Aires; las 2 del Centro Norte provinieron 1 de Córdoba y una de Santa Fe; las 4 del NEA fueron 2 del Chaco y 2 de Formosa; en el NOA la distribución provincial arrojó 3 presentaciones de Salta, 6 de Jujuy, 3 de Tucumán y 2 de Santiago del Estero; los 4 proyectos patagónicos provinieron 2 de Chubut y 2 de Río Negro.

Ya en análisis lxs ganadorxs, los 20 proyectos aprobados significaron para el Estado una erogación total de $1.145.000. El monto máximo asignado para esta línea en su reglamento era de $1.560.000, por lo que el subsidio otorgado resultó alrededor de un 73% de ese máximo establecido. A su vez, observando la distribución por modalidad, se observa que los proyectos ganadores para equipamiento fueron 13 sobre 19 presentaciones, mientras que para producción de contenidos las 7 presentaciones resultaron ganadoras. Esto significó

$1.300.000 en subsidios para equipamiento, y $245.000 para producciones. Todas las ganadoras fueron Emisoras de Radio con autorización vigente.

En términos geográficos, el NOA fue la región con más ganadorxs, 10 en total, 8 para la modalidad equipamiento y 2 para producción de contenidos, distribuidas entre Jujuy -5 ganadorxs-, Salta, Tucumán -2 ganadorxs cada una- y Santiago del Estero -1 ganadorx-. La Patagonia fue la segunda región con más proyectos aprobados, un total de 4, dos para cada modalidad, dos de los cuales provinieron de de Chubut, y los otros dos de Neuquén. El NEA fue la tercera región más beneficiada, con un total de 3 ganadorxs, dos para la modalidad equipamiento -ambos de Chaco- y 1 para producción de contenidos -Formosa-. Recién en el ante último y el último lugar aparecen las regiones del centro, con 1 ganadorx en Córdoba, 1 en Santa Fe, y 1 en Buenos Aires. Esta distribución tan diferente de los subsidios en comparación con la mayoría de las otras líneas, demuestran la importancia del sujeto Pueblos Originarios a la hora de pensar en federalismo y la descentralización como un elemento del fomento al pluralismo, y el acierto por parte del Estado de atender con un subsidio específico a dicho sector.

3.2.2.c. FOMECA Línea 3 2014: Producciones Audiovisuales

El día 16 de abril de 2014, el Directorio de la ex AFSCA aprobó la Resolución 322 que llamaba a concurso FOMECA para producción, pero en esta ocasión sólo audiovisual. Si bien tuvo los mismos objetivos que la Línea 2 2013, incorporó algunas modificaciones importantes de resaltar porque dan cuenta del desarrollo de la política y cómo esta fue acomodándose a las demandas del sector y a la consolidación del andamiaje institucional necesario para implementarla.

De acuerdo al artículo 5 del reglamento, el organismo definió que podían ser postulantes al concurso las Productoras Audiovisuales de personas jurídicas sin fines de lucro y Pueblos Originarios que, al igual que en la Línea 2 2013, estuvieran inscriptas en el Registro Público. Y agregó una segunda categoría de postulantes:

> *Personas jurídicas sin fines de lucro autorizadas en forma precaria en el marco de lo establecido por Resolución N° 003-AFSCA/09 a prestar servicios de televisión abierta y comunidades de Pueblos Originarios que cuenten con autorización, según lo establecido por el artículo 151 de la Ley 26.522 para prestar el servicio de televisión abierta* (Res. 322/14, art. 5, pág. 11).

La Resolución 003/09 había dispuesto el relevamiento de la existencia y explotación de servicios de televisión operativos, ante el incumplimiento de los plazos establecidos por el COMFER, la ausencia de culminación del Plan Técnico Nacional de Frecuencias (Decreto Nº 1473/01) y, sobre todo, ante las numerosas solicitudes de obtención de licencias para la explotación de servicios de televisión y las medidas judiciales que autorizaron el

funcionamiento de los mismos hasta tanto se convocara a los respectivos concursos. la ex AFSCA resolvió

> *regularizar transitoriamente la prestación del servicio de televisión de baja potencia, iniciando, por el presente, el proceso de ORDENAMIENTO DE LOS SERVICIOS DE TELEVISIÓN DE BAJA POTENCIA, como medida idónea para la promoción de las identidades locales y regionales que la producción local refleja* (Res. 03/2009, pág. 02).

El organismo consideró que, hasta tanto no se avanzara en la digitalización de los servicios, se debían adoptar las medidas necesarias que garantizaran la pluralidad en la prestación y, con ello, el ejercicio de la libertad de expresión, en el marco de una cultura democrática y plural. Según lo expresado en la normativa,

> *su prestación integra el círculo de intereses que puja por un espacio relevante en la radiodifusión argentina, en tanto se dirigen a comunidades, con elementos de identidad compartidos y necesidades comunicacionales específicas. Que, por su alcance territorial acotado, dichos servicios se convierten en reflejo de las realidades locales y regionales y herramientas de afianzamiento de lazos sociales* (Res. 03/2009, pág. 02).

Como resultado de este relevamiento, recién a fines de octubre se otorgaron 33 autorizaciones precarias a servicios de televisión de baja potencia, de las cuales 8 participaron en este llamado. Esas entidades, si bien parecen representar un número acotado del universo, se diferencian por ser televisoras comunitarias, alternativas y populares. Las restantes son pequeños emprendimientos comerciales que se encuentran inhabilitadas para ser beneficiarias de FOMECA.

Entidad	Nombre de fantasía	Tipo de entidad	Provincia	Municipio	Año inicio de actividades
Cooperativa de Trabajo Pares Limitada	PAREStv Canal 3 Luján	SFL	Buenos Aires	Luján	2009
Cooperativa de Trabajo PPR Limitada	SUR AJO TV	SFL	Buenos Aires	Mar de Ajo	2007
Asociación Civil Trabajo Educación y Cultura	BARRICADA TV	SFL	CABA	CABA	2005
Cooperativa de Trabajo Mate Amargo Limitada	Mate Amargo TV	SFL	CABA	CABA	2005
Asociación Civil Centro de Rehabilitación y Capacitación San Martín de Residentes Salteños	URBANA TV	SFL	CABA	CABA	2003

Asociación de Radiodifusoras Bonaerenses e Int. de Arg. ARBIA	ARBIA	SFL	Buenos Aires	Mar del Plata	2007
Proa Centro Asociación Civil	PROA CENTRO	SFL	Córdoba	Villa Cura Brochero	2004
Comunidad Lof Che Buenuleo	Wall Kintun TV	PO	Río Negro	Bariloche	2012
Fundación Fuente	Canal 13 TV Tucuman	SFL	Tucumán	San Miguel de Tucuman	1988

Este concurso estuvo dividido en dos formatos diferentes. El organismo financió hasta 37 proyectos de $40.000 cada uno para producir spots audiovisuales y hasta 27 proyectos de $130.000 cada uno para producir microprogramas, con una erogación que no podía superar los $4.990.000 correspondientes al Ejercicio 2014. Los requisitos para la presentación de los proyectos fueron los mismos que en llamados anteriores pero se incorporaron especificaciones según el formato. Los proyectos de spots debían ser cuatro de 45 segundos cada uno, para los que las entidades debían presentar una sinopsis general, la descripción de la propuesta estética y narrativa, un guión, una escaleta y un storyboard. Los microprogramas, que fueron definidos como *una producción seriada de duración breve (en este caso de 4 a 5 minutos), manteniendo una unidad argumental en sí misma y con continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que lo integran* (Res. 322, Anexo II, Art. 2, pág. 26) debían presentar un proyecto para diez capítulos -cinco en el caso de ficción- con una sinopsis general, la descripción de la propuesta estética, un guión, la escaleta de al menos un capítulo y al menos un storyboard.

En relación a las temáticas, en el caso del spot se sugirieron *derechos humanos, ambiente, religión, política internacional, mitos y leyendas, turismo, deportes, vida en la naturaleza, educación, agricultura, medios, teatro, cine, literatura, etc.* En el caso de las temáticas para los microprogramas, los proyectos *debían* estar incluidos en algunas de las temáticas descritas en el Reglamento (Res. 322, Anexo II, Art. 7, pág. 31):

7.1. Informativo

- Ediciones especiales: Eventos deportivos, políticos, elecciones, etc.

- Opinión / Debate.

- Reportajes / Entrevistas: A personajes de interés social, cultural, político.

- Deportes.

7.2. Culturales / De divulgación

- Documental: De cierto carácter informativo pero no necesariamente vinculado a la actualidad.

- Musicales: Programas para la divulgación de música y artistas locales.

- Educativos / Didácticos: Pueden estar asociados a un programa de educación formal.

- Divulgación Científica.

- Especializados en libros, arte, viajes, cuentos, entre otros.

7.3. Entretenimiento / Ficción

- Miniseries / Unitarios: con tramas específicas por capítulo (de corta duración).

- Magazines: Engloba géneros diversos y sirve como formato contenedor.

- Talk-show: Testimonios en set.

- Humor: Stand-Up, Comedia, Monólogos, Cuentos.

Respecto a los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles, los requisitos fueron similares a los de la Línea 2 2013, también de producción, aunque se describió con mayor detalle la composición de cada uno, como ya se había especificado en la Línea 1 2014. En relación al subsidio y la contraparte, tanto para los proyectos de spots como para los de microprogramas, el subsidio sería del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad, no menor a $7.059 para los spots y no menor a $22.941 para los microprogramas. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión no menor a $47.059 y $152.941, respectivamente. En relación a los gastos permitidos y excluidos del subsidio y la contraparte, los criterios se mantuvieron respecto a otras líneas, siendo los porcentajes: 40% en gastos de capital y 60% en gastos corrientes -30% en recursos humanos y 30% en gastos de producción-.

Otros criterios y requisitos que se mantuvieron respecto de Líneas anteriores fueron el de competencia regional; criterios de evaluación; autoría del proyecto, derechos y difusión de proyectos ganadores; firma de convenio, desembolsos y rendiciones de gastos y material gráfico y placas con la leyenda "*Este programa ha sido ganador del Concurso FOMECA / PRODUCCIONES AUDIOVISUALES 2014 / FORMATO SPOT O MICROPROGRAMA, un mecanismo de fortalecimiento de la comunicación comunitaria, y subsidiada por la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL con fondos públicos*".

<u>El FOMECA Línea 3 2014 en números</u>

Para esta tercera línea del año hubo un total de 136 presentaciones, de las cuales sólo 57 resultaron ganadoras del financiamiento, es decir, un 42%. De esas 136, 105 correspondieron a la modalidad Microprograma y 31 a la modalidad Spot. La gran diferencia tal vez pueda explicarse por los diferentes montos establecidos para cada formato -$130.000 para microprogramas contra $40.000 para spots-. Entre ambas categorías, sumaron presentaciones por un total de $17.700.000, de los cuales el Estado debería subsidiar $15.045.000. Si se considera que la erogación total de la línea no podía superar los

$4.990.000, puede decirse que, por primera vez desde el inicio de la aplicación de esta política de fomento, la demanda del sector superó ampliamente el monto de subsidio establecido por el Estado. Sin embargo, en el desagregado por modalidad se observa que para el formato spot se había establecido un máximo de 37 proyectos y se recibieron 31 presentaciones.

Continuando la tendencia descrita en la línea anterior, los Pueblos Originarios aportaron sólo 14 presentaciones, atendiendo mucho más al fomento para equipamiento que para producción de contenidos. De esas 14 presentaciones, 12 fueron para microprogamas y 2 para spots. Las entidades sin fines de lucro generaron las 122 presentaciones restantes, 93 para el primer formato y 29 para el segundo. La distribución considerando los distintos encuadres legales permitidos en el reglamento, arrojó que 2 presentaciones provinieron de Comunidades de Pueblos Originarios con autorización, 2 de adjudicatarixs de licencias, 1 de adjudicatarix por artículo 49, 9 de entidades con autorizaciones precarias, y 122 de productoras. Las 9 presentaciones de entidades con autorizaciones precarias, por primera vez incorporadas al universo de beneficiarixs bajo esta figura legal, fueron 8 para la modalidad Microprograma y solo 1 para Spot.

De los 122 proyectos de productoras, 12 fueron de productoras de Pueblos Originarios y 110 de entidades sin fines de lucro. La preeminencia de este encuadre legal por sobre los demás en el total de proyectos presentados evidencia la importancia de su inclusión como posibles beneficiarixs de FOMECAs, y lo que significó esa iniciativa por parte del organismo en la ampliación del alcance de esta política y las posibilidades de acceso a la misma. Un ejemplo de esto puede observarse en las presentaciones de los Pueblos Originarios, de las cuales tan sólo 2 de las 14 provinieron de entidades con autorización vigente, y las restantes fueron de productoras. Este sector cuenta con un reconocimiento específico en la LSCA, con la posibilidad de acceder a autorizaciones a demanda, y aún así se volcó a la figura de la productora para acceder a esta política de fomento desde allí. Tal vez las facilidades de constituirse como productora pueda ser una explicación a esto, y si se analiza en términos de fomento al pluralismo, un facilitamiento al acceso como este no puede no considerarse un avance significativo. Cabe aquí tener en cuenta también que muchas de estas productoras presentaron más de un proyecto, y que los números totales que analizados corresponden a la cantidad de presentaciones y no de las entidades particulares que los generaron.

En términos regionales, la distribución arrojó 61 presentaciones en la región Centro Metropolitano, 17 en el Centro Norte, 14 en el NEA, 23 en el NOA, 18 en la Patagonia y 3 en Cuyo. Otra vez se confirmó la concentración en el centro del país, esta vez mucho más marcada entre Buenos Aires y CABA, que aportaron 32 y 29 presentaciones cada una, superando cualquiera de las dos por separado a todas las otras regiones en particular, e incluso la suma de algunas de ellas en algún caso. Por otro lado, 29 y 26 de esas presentaciones respectivamente, provinieron de productoras. Puede observarse como una

primera reflexión sobre las particularidades de esta línea, que el número de proyectos aportados por productoras de Buenos Aires y CABA supera individualmente a los presentados por todo el resto de los encuadres legales de cualquier otra región del país, sumando todas las provincias de cada región. En este sentido, se refuerza la relevancia de la inclusión de las productoras como figura para el acceso a esta política, y también queda evidenciado su aporte a la concentración en los dos principales distritos del país.

Por su parte, es interesante también resaltar la homogeneidad del resto de las regiones en cuanto al número de proyectos presentados, exceptuando a Cuyo, que aportó sólo 3 proyectos -2 Mendoza y 1 San Luis-. El NOA y la Patagonia volvieron a consolidarse como los polos de presentaciones que más aportaron a la federalización de la política, superando incluso al Centro Norte. En el NOA, la distribución provincial arrojó 6 proyectos provenientes de Salta, 5 de Catamarca, y 4 de Jujuy, Tucumán y Santiago del Estero. En la Patagonia, 10 proyectos vinieron de Río Negro, constituyéndose en una de las provincias con más presentaciones, 4 de La Pampa, 2 de Chubut, y 1 de Neuquén y Tierra del Fuego. El Centro Norte dividió sus presentaciones entre las 13 de Córdoba, y las 4 de Santa Fe. El NEA, por su parte, produjo la interesante cantidad e 14 proyectos, participando significativamente más que en otras líneas anteriores. Las mismas vinieron de Misiones y Entre Ríos con 4 cada una, Corrientes, Chaco y Formosa con 2 cada una. Nuevamente el dato de los proyectos provenientes de productoras resulta remarcable. En esta última región, todas las presentaciones provinieron de entidades con ese encuadre legal, por lo cual esa mayor participación en esta línea que en otras recientemente mencionada, es directamente atribuible a la proliferación de esta figura en el acceso a la política pública. Esto mismo se corrobora en el resto de las regiones. En el NOA, 22 de las 23 presentaciones fueron de productoras, en la Patagonia 16 de las 18 totales, y en el Centro Norte 15 de las 17 totales respondieron a esta tendencia. Tal vez la particularidad del lenguaje audiovisual, y las dificultades de acceso a licencias y autorizaciones en este campo, expliquen el fuerte vuelco a la figura de productoras por parte de las organizaciones para participar de esta política. De los $17.700.000 totales de la suma de todos los proyectos presentados, $16.217.647 correspondieron a presentaciones efectuadas por productoras, mostrando también el peso económico de este actor.

Las 9 presentaciones de entidades con autorizaciones precarias se concentraron en las provincias del Centro, 3 de Buenos Aires, 3 de la CABA, 2 de Córdoba, y sólo 1 provino de otra región, específicamente de Tucumán. Las 2 de organizaciones con licencias adjudicadas fueron una de La Pampa y 1 de Tucumán; la correspondiente a una adjudicataria por artículo 49 provino de Córdoba, y las 2 de autorizadas de Pueblos Originarios fueron ambas de Río Negro.

Ya en el análisis de los ganadores, los 57 proyectos aprobados significaron para el Estado una erogación total de $5.200.000. El monto máximo asignado para esta línea en su

reglamento era de $4.990.000, por lo que el subsidio otorgado superó por $ 210.000 ese máximo establecido, algo más de un 4% de incremento presupuestario. Si mira en comparación con la línea de Producciones Audiovisuales del año anterior, que entregó $1.500.000, el monto desembolsado por el Estado en este llamado significó un incremento del subsidio para esta categoría de alrededor del 247%. En cuanto a las modalidades, la distribución de lxs ganadorxs resultó mucho más equitativa entre los dos formatos planteados por esta línea de lo que habían marcado las presentaciones. Fueron 31 proyectos aprobados para microprogramas y 26 para Spot.

De las 14 presentaciones de Comunidades de Pueblos Originarios, 7 resultaron ganadoras, lo cual le reportó a este sector subsidios por $740.000. De esos proyectos, 5 fueron para microprogramas y 2 para Spots. Regionalmente se distribuyeron entre el Centro Metropolitano, que tuvo 2 ganadorxs -ambxs de Buenos Aires-, el NOA con 2 ganadorxs -1 de Salta y 1 de Santiago del Estero-, la Patagonia con 2 ganadorxs -ambxs de Río Negro- y el NEA con 1 ganadorx -de Misiones-. Solamente 2 de estas organizaciones contaban con autorización de Pueblos Originarios, mientras que las otra 5 ganaron el subsidio bajo la figura de productoras. Este dato habla de la composición del sector Pueblos Originarios que, evidentemente, en lo respectivo al lenguaje audiovisual tenía un desarrollo más incipiente que materia radiofónica, donde la mayoría de las presentaciones y ganadorxs de otras líneas correspondían a autorizaciones o incluso licencias adjudicadas. En cuanto a las entidades sin fines de lucro, 50 proyectos de los 122 presentados resultaron ganadores, por lo que recibieron $4.460.000 en subsidios. La distribución por modalidad fue de 26 proyectos aprobados para la categoría microprogramas, y 24 para Spot.

En términos geográficos, el 47% de los proyectos ganadores provinieron de las dos regiones del centro del país, con una significativa concentración en el Centro Metropolitano que tuvo 21, 12 provenientes de Buenos Aires y 9 de la CABA. Solamente esta región sumó un 37% del total de ganadorxs. El Centro Norte, por su parte tuvo 6 proyectos aprobados, 5 de Córdoba y 1 de Santa Fe. El NOA y la Patagonia volvieron a mostrar una fuerte presencia, siendo la segunda y tercera región con más ganadorxs. En el NOA fueron 11, 4 de Salta, 2 de Catamarca, Tucumán y Santiago del Estero respectivamente, y el restante de Jujuy. La Patagonia tuvo 10, 6 de Río Negro, 2 de La Pampa, y 1 de Chubut y Neuquén respectivamente. El NEA, por su parte, obtuvo 7 aprobaciones superando incluso las del Centro Norte. Fueron para 2 proyectos provenientes de organizaciones de Misiones, Corrientes y Formosa respectivamente, y 1 de Chaco. Los dos ganadorxs restantes fueron Cuyanos, 1 de Mendoza y 1 de San Luis. Estos números muestran que, si bien la distribución de ganadoxs no quebró la lógica de la concentración en el Centro Metropolitano, sí la mitigó con respecto a la que se había dado en las presentaciones.

Por último, en cuanto a los encuadres legales y los tipos de medios, las productoras de TV fueron, por mucho, el actxr más significativo entre lxs ganadorxs de esta línea. El total de proyectos aprobados a este tipo de entidades fueron 46, contra tan solo 8 de entidades con adjudicaciones precarias, 1 con licencia adjudicada, y dos con autorizaciones de Pueblos Originarios. Solo 9 Emisoras de TV resultaron ganadoras, a partir de lo cual puede reafirmarse la importancia de las productoras en el universo general de los medios alternativos, comunitarios y populares, fundamentalmente para el lenguaje audiovisual, y el acierto del Estado de incluirlas como destinatarias del FOMECA.

3.2.2.d. FOMECA Línea 4 2014: Producciones Radiofónicas

El día 28 de mayo de 2014, el Directorio de la ex AFSCA aprobó la Resolución 599 que llamaba a concurso FOMECA para producción, específicamente en lenguaje radiofónico. En esta oportunidad, lxs beneficiarixs del concurso fueron emisoras sin fines de lucro con licencia o reconocimiento, Pueblos Originarios autorizados o Productoras inscriptas en el Registro Público.

Esta línea de financiamiento dispuso una erogación total de $4.530.000 correspondientes al Ejercicio 2014, con la posibilidad de ser ampliada a $12.000.000 (Res. 599, Art. 8), para financiar tres formatos diferentes de proyectos radiofónicos: montos de hasta $70.000 para programas semanales, hasta $150.000 para programas diarios y hasta $120.000 para servicios informativos. El cronograma de implementación, que solía ser de 10 meses en la mayoría de las líneas, en esta oportunidad se extendió a 1 año y 7 meses, debido al tiempo de ejecución dado a las entidades -14 meses aproximadamente- y el tiempo de los procesos internos del organismo.

Según los reglamentos aprobados, un programa semanal es

> *una emisión radiofónica que se caracteriza por enfocar un tema o cuestión específica, ya sea por la actividad y conocimiento propio de su equipo de producción, o por la población neta a la cual se dirige. En general se ubica dentro del género periodístico, combinando segmentos musicales, informativos, de opinión, literarios, humorísticos, entre otros. Las posibilidades temáticas son de las más diversas: derechos humanos, ambiente, religión, política internacional, mitos y leyendas, turismo, deportes, vida en la naturaleza, educación, agricultura, medios, teatro, cine, literatura, etc. Su producción periodística se relaciona con el abordaje de cada una de esas cuestiones y su público se construye desde ese enfoque particular. También se incluyen en este género programas destinados a públicos específicos: infantil, juvenil, adultos mayores, mujeres, pueblos originarios, colectividades nacionales, etc. El equipo de producción está formado por personas que conocen cada tema o audiencia específica, e incluye los*

> *distintos roles radiofónicos como conductor/a, columnista, operador, editor, etc. El perfil musical del programa suele ser adecuado al público o temática abordada y vinculado al perfil del medio. Tienen una duración mínima de 1 hora y una máxima de 3, con una frecuencia de una vez por semana* (Res. 599, Anexo I, Art. 2, pág. 8).

La presentación de proyectos para este tipo de programas implicaba, según el Reglamento, un resumen general, un guión, la descripción de la propuesta estética y narrativa y un CD con el demo de un programa de 60 minutos, en el caso de programas nuevos, o tres bloques de 60 minutos de diferentes programas ya realizados en el caso de programas que ya se encontraran al aire.

Los Reglamentos aprobados plantearon, por otro lado, la definición de un programa diario, que sería:

> *una emisión radiofónica que se caracteriza por abordar una variedad de temas que afectan la realidad local y del contexto de cada emisora, incluyendo en su agenda noticias de orden municipal y provincial, novedades relacionadas con políticas gubernamentales, con sucesos cotidianos que afectan a vecinos, vecinas y organizaciones sociales, cuestiones del entorno económico, social, ambiental, productivo, laboral, deportivo, político, y también novedades relacionadas con el orden nacional e internacional. Se distingue por dirigirse a un público amplio, sin diferenciar género, edad, intereses, y por su carácter participativo, donde los oyentes pueden plantear sus inquietudes, opinión y demandas a través del teléfono, las redes sociales o en forma presencial. Generalmente tiene entre una y tres horas de duración. Suele incluir diversos formatos dentro de su esquema de producción: comentario, entrevista, móvil en vivo, debate, juegos y entretenimiento, radioteatro, cobertura de eventos sociales y comunitarios, literarios, etc. Por lo general, cuenta con uno o dos conductores/as, columnistas de diversos temas, corresponsales zonales, responsables de producción, encargados de artística y musicalización, operadores técnicos y editores de sonido. Su estilo musical suele ser variado, atento a las demandas de la audiencia, aunque siempre coherente con el perfil musical que define la emisora* (Res. 599, Anexo II, Art. 2, pág. 31).

Lxs participantes a concurso debían presentar un proyecto también con un guión, la descripción de la propuesta estética y narrativa, para un programa que tenga una duración de entre 1 hora y 3, con frecuencia diaria y que dure un ciclo de 12 meses (240 programas).

Por último, los Reglamentos también definieron, a los fines del concurso, qué era considerado como un servicio informativo:

> *conjunto de emisiones radiofónicas que se desarrollan en el transcurso de un día de programación, generalmente de lunes a viernes, intercaladas con las distintas propuestas de programas de una emisora. Se estructura a partir de noticias relevantes para la comunidad donde se encuentra inserta la emisora, ya sean del orden local, provincial, nacional e internacional, y se organiza a partir de boletines (conjuntos de reportes de entre una y cinco noticias). Tiene una periodicidad establecida, que suele relacionarse con los cambios de hora. También puede organizarse cada dos horas, o programarse en horarios específicos durante la mañana, la tarde y la noche (se incluyen también flashes de aparición espontánea cuando se den sucesos que así lo requieran). Las noticias se redactan y son leídas por uno/a o dos periodistas, e incluyen testimonios de audio de los protagonistas de los hechos o personas vinculadas a los mismos. Suelen tener una duración de entre tres y cinco minutos, dependiendo de la relevancia de la información producida* (Res. 599, Anexo III, Art. 2, pág. 54).

Lxs participantes a concurso en este formato debían presentar un proyecto también con un guión, la descripción de la propuesta estética y narrativa y un CD con un demo que contuviera la grabación de 3 a 5 minutos para programas nuevos o tres servicios de 3 a 5 minutos cada uno para aquellos programas que se encontraran al aire.

Es interesante analizar las implicancias de las definiciones de los formatos en los Reglamentos aprobados para la presentación de proyectos de esta Línea de financiamiento. En primer lugar, se observa que desde el organismo se promovió la producción de contenidos de calidad con un fuerte arraigo territorial, desde una mirada de la comunicación comunitaria -participativa, popular-, que pretendía incidir en la agenda pública. Los formatos definidos por la política demuestran la intención del Estado de generar producciones estables y continuadas en el tiempo, que dieran vida a las grillas de programación, y con un fuerte vínculo con la realidad cotidiana de las comunidades en las que se encontrasen insertas las emisoras. Por otro lado, las temáticas sugeridas dieron cuenta de la perspectiva de derechos humanos que sostuvo y promovió la política pública, y que recorre todo el espíritu de la ley.

Puede inferirse también que la decisión de subsidiar este tipo de formatos en el lenguaje radiofónico -no así en el audiovisual hasta esta Línea de financiamiento- respondió a las condiciones de posibilidad y los recursos con los que contaban las emisoras, que ya poseían una estructura más estable y consolidada que podía llevar a cabo producciones de esas características. El sector audiovisual comunitario estaba aún en proceso de consolidación, mientras el radiofónico tenía más de 20 años de historia y ya estaba lo suficientemente desarrollado como para que la política pública pudiese acompañar un salto cualitativo en sus producciones, cuestión que venía siendo una demanda estratégica del sector.

Un primer análisis permite afirmar entonces que el Estado tuvo la preocupación de fortalecer a los medios del sector sin fines de lucro y de Pueblos Originarios en general y en particular a las radios, como actorxs de mayor peso en la construcción de representaciones sociales, construyendo agendas, resignificando sentidos y ampliando la participación de lxs ciudadanxs.

Respecto a los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles, los requisitos fueron similares a los de otras líneas. Para todos los formatos, el subsidio fue del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad, no menor a $12.352 para los programas semanales, no menor a $26.470 para los programas diarios y no menor a $21.176 para los servicios informativos. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión no menor a $82.352, $176.47 y $141.176, respectivamente. En relación a los gastos permitidos y excluidos del subsidio y la contraparte, los criterios se mantuvieron respecto a otras líneas, siendo los porcentajes: 20% en gastos de capital y 80% en gastos corrientes, 60% en recursos humanos y 20% en gastos de producción.

La distribución de esos porcentajes da cuenta de un primer desarrollo de la política. Las líneas abiertas previamente, que subsidiaron la compra de equipamiento y el desarrollo de producciones, permitieron a las entidades beneficiarias capitalizarse, es decir, adquirir los elementos y materiales necesarios para el desarrollo de la actividad radiofónica. Tiene sentido, entonces, que las líneas subsiguientes especificaran en la distribución del subsidio menos dinero para gastos de capital y más para gastos corrientes. Dentro de estos últimos, que correspondían al 80% del subsidio, el 60% debía estar destinado a Recursos Humanos, entendidos como *erogaciones correspondientes al pago de honorarios profesionales necesarios para la producción de los programas* (Res. 599/14, Anexo I, Art. 8, pág. 15). De esto se deriva una conclusión fundamental: por primera vez, el Estado permitió que lxs integrantes de las radios, que históricamente participaron en ellas “a pulmón”, con convicción militante, pudieran ahora recibir un salario. Esto puede leerse como un primer reconocimiento, incipiente, hacia la profesionalización de los medios comunitarios, alternativos y populares, con su consecuente generación de fuentes laborales estables. Una vez más, una demanda histórica del sector comenzaba a ser escuchada y materializada en una política pública por parte del Estado.

Por otro lado, en términos generales, se mantuvieron criterios y requisitos respecto de Líneas anteriores: el de competencia regional; criterios de evaluación; autoría del proyecto, derechos y difusión de proyectos ganadores; firma de convenio, desembolsos y rendiciones de gastos y material gráfico y separadores con la leyenda “*Este programa ha sido ganador del Concurso FOMECA / PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA 2014 / FORMATO PROGRAMA SEMANAL, DIARIO O SERVICIO INFORMATIVO, un mecanismo de fortalecimiento de la*

comunicación comunitaria, y subsidiada por la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL con fondos públicos".

FOMECA Línea 4 2014 en números

Para esta cuarta línea del año hubo un total de 200 presentaciones, de las cuales 129 resultaron ganadoras del financiamiento, es decir, un 64%. Fue la segunda línea del año en número de presentaciones, solo superada por la Línea 7, pero la que más ganadores tuvo. De esas 200 presentaciones, 97 correspondieron a la modalidad Programa Semanal, 75 a la modalidad Programa Diario y 28 a la modalidad Servicio Informativo. Entre todas las categorías, sumaron presentaciones por un total de $21.921.028,52, de los cuales el Estado debería subsidiar $18.632.874,24. Si se considera que la erogación total de la línea no podía superar los $4.530.000, con la posibilidad de ser ampliado por el Presidente del Directorio hasta los $12.000.000, se puede observar que en este caso también la demanda del sector superó ampliamente el monto de subsidio establecido por el Estado. Otra lectura posible con respecto a estos montos de las presentaciones es que, dentro del universo de la comunicación comunitaria, el sector radiofónico siguió mostrando la mayor capacidad para generar proyectos de producción de contenidos.

Los Pueblos Originarios aportaron sólo 15 presentaciones, continuando la tendencia descrita en la línea anterior, atendiendo mucho más al fomento para equipamiento que para producción de contenidos. De las mismas, 4 fueron para la modalidad Programa Semanal, 5 para la modalidad Programa Diario y 6 para la modalidad Servicio Informativo. Casi todas correspondieron a comunidades con autorizaciones vigentes, 13 de las 15, marcando una diferencia con la línea 3 2014 de producción audiovisual, en la que la mayoría de las presentaciones de Pueblos Originarios habían surgido de productoras. Puede inferirse a raíz de esto que el tipo de lenguaje fue un determinante fundamental en cuanto al encuadre legal con el que estas entidades buscaban acceder a la política, por lo menos hasta este momento de la implementación de la misma. Así como también que este sector en particular se mostró, hasta este llamado al menos, más fortalecido en campo radiofónico que en el audiovisual.

En términos regionales, nuevamente se registró una concentración en el centro del país. De las 200 presentaciones, 85 -un 43%- vinieron del Centro Metropolitano, 44 de Buenos Aires y 41 de la CABA. La siguiente región en número de proyectos fue el Centro Norte, con 41 presentaciones, 26 de Córdoba y 15 de Santa Fe. Entre estas dos regiones concentraron un 63% del total de las presentaciones. El NOA fue la tercera región con más número de presentaciones con 30, de las cuales 16 provinieron de entidades de Jujuy, 7 de Tucumán, 4 de Santiago del Estero, 2 de Catamarca, y la restante de Salta. El NEA confirmó en esta línea la tendencia expresada en la convocatoria anterior y fue la cuarta región con más presentaciones, distribuidas entre Misiones y Chaco con 6 cada una, Formosa con 4 y Entre

Ríos con 3, sumando un total de 19. De la Patagonia provinieron 15 proyectos, 9 de Río Negro -que volvió a ser por mucho la provincia de la región con más presentaciones-, y 2 de La Pampa, Neuquén y Chubut respectivamente. Por último, de la región de Cuyo provinieron 10 presentaciones, 6 de Mendoza, 3 de San Luis y 1 de San Juan.

En términos generales, cabe resaltar que nuevamente tanto Buenos Aires como la CABA, individualmente, generaron más proyectos que la suma de la segunda y la tercera región en número de presentaciones con todas sus provincias incluidas. Y de esos proyectos, 30 en Buenos Aires y 28 en CABA fueron generados por productoras, números individualmente solamente superados por la región Centro Norte y el NOA. Es decir, sólo las productoras de Buenos Aires o de CABA, por separado, generaron casi la misma cantidad de proyectos que el resto de las regiones con más presentaciones, volviendo a mostrar la incidencia de esta figura en la concentración de proyectos en el centro del país.

La primacía de las productoras por sobre el resto de los encuadres legales se ratificó en esta línea, evidenciando la independencia de esta tendencia frente al tipo de lenguaje. Si en la Línea 3 2014 se registró esto mismo para las producciones audiovisuales, aquí se confirmó con las radiofónicas. Para esta línea, las productoras generaron 126 de las 200 presentaciones, casi un 64% del total, por un monto de $12.545.726,19. En todas las regiones este fue el encuadre legal que más proyectos generó, exceptuando el NOA donde la Comunidades de Pueblos Originarios con autorización igualaron los 12 proyectos provenientes de productoras. El total de presentaciones de Comunidades autorizadas de esta región fue 13, y la restante provino de la Provincia de Buenos Aires, ratificando al NOA como la región donde este sector mostró un desarrollo más fortalecido. Luego de las productoras, el siguiente encuadre legal del cual provinieron más proyectos fue el Reconocimiento 753, marcando la importancia de esta figura para el universo de las radios comunitarias, alternativas y populares. Fueron 35 en total, 12 de CABA y 10 de Buenos Aires, 3 de Córdoba, Santa Fe, y Formosa, 2 de Mendoza, y 1 de Tucumán y Misiones. A su vez, hubo 11 presentaciones de entidades con licencias adjudicadas -5 Río Negro, 2 La Pampa, 1 San Juan, 1 Tucumán, 1 Santa Fe y 1 CABA-, 8 de entidades con adjudicaciones por artículo 49 -4 de Córdoba, 2 de Santa Fe, 1 de Buenos Aires y 1 de Mendoza- y 2 de organizaciones con autorizaciones precarias -ambas de Buenos Aires-. Una lectura de este desagregado de las presentaciones por encuadre legal muestra que, sumando todos los encuadres que implican la posesión de una licencia, reconocimiento o autorización, se presentaron 69 proyectos, poco más que la mitad de los 126 surgidos de productoras. Este elemento es interesante a la hora de tener en cuenta la relación entre el acceso a la legalidad y el acceso a las políticas de fomento como el FOMECA. Puede elaborarse así una mirada sobre la acción del Estado para subsanar las dificultades de acceso a la legalidad para los medios sin fines de lucro mediante la ampliación del alcance de las políticas de fomento. Frente a un universo que aparecía

disgregado y con múltiples barreras para adecuarse a los requisitos estatales para el acceso a la legalidad, el mismo Estado encontró soluciones para fomentar el sector e impulsar su desarrollo. En este sentido, la incorporación de la figura de las productoras fue una decisión de alto impacto para el fomento al pluralismo y la diversidad.

Ya en el análisis de los ganadores, los 129 proyectos aprobados significaron para el Estado una erogación total de $11.696.756,98. El monto máximo asignado para esta línea en su reglamento era de $4.530.000 pero, como se describió más arriba, el reglamento autorizaba al Presidente del Directorio a ampliar dicho presupuesto hasta los $12.000.000, por lo que la ejecución final resultó poco más que el 96% del máximo planteado. Estos números convierten a esta línea en la que más fondos entregó en el año. Resulta interesante ver la respuesta del organismo frente a la gran demanda de las organizaciones, haciendo uso de la posibilidad de expandir el el gasto casi todo lo posible. En cuanto a las modalidades, 58 ganadorxs fueron para el formato programa diario, 55 para programa semanal, y 16 para servicio informativo. Se observa que la distribución por formato de lxs ganadorxs resultó cercana a la de presentaciones, de lo que puede concluirse que el organismo no fomentó especialmente a ninguno de ellos.

Solo 7 de los proyectos ganadores fueron de Comunidades de Pueblos Originarios, un 50% de las presentaciones que habían generado. Esto significó subsidios para el sector por $797.908. La distribución regional de esos proyectos volvió a marcar al NOA como la principal región en esta materia. De los 7 ganadorxs 5 fueron de esa zona del país, y los 5 fueron de la provincia de Jujuy. Uno de los proyectos ganadores restantes fue de la provincia de Buenos Aires y el otro de Misiones. Estas 7 entidades contaban con autorizaciones vigentes para Comunidades de Pueblos Originarios, 6 de ella eran emisoras y solo 1 productora, lo cual reafirma el hecho de que el tipo lenguaje es una variable que condiciona fuertemente las presentaciones de estx actxr, con la primacía de las emisoras para el lenguaje radiofónico, y de las productoras para lo audiovisual. Los 122 proyectos ganadorxs restantes correspondieron a entidades sin fines de lucro, y representaron $10.898.848,98 en subsidios.

La distribución regional de lxs ganadorxs mantuvo la concentración en las dos regiones del centro del país, con 85 proyectos aprobados, un 66% del total. Como se mencionó más arriba, estas regiones habían aportado el 63% de las presentaciones, por lo que las instancias de evaluación y aprobación no incidieron en una distribución más equilibrada de los subsidios efectivamente otorgados. De esos 85 ganadorxs 50 fueron del Centro Metropolitano y 35 del Centro Norte. En términos provinciales Buenos Aires fue el distrito más beneficiado con 30 proyectos ganadorxs, seguida de Córdoba 25, la CABA con 20 y Santa Fe con 10. El resto de las aprobaciones fueron para 15 proyectos del NOA -6 de Jujuy, 4 de Tucumán, 2 de Santiago del Estero, 2 de Catamarca, y 1 de Salta-, 14 del NEA -6 de Misiones, 3 de Entre Ríos, 3 de

Chaco y 2 de Formosa-, 9 de la Patagonia -4 de Río Negro, 2 de Neuquén, 2 de Chubut y 1 de La Pampa-, y 6 de Cuyo -4 de Mendoza, 1 de San Juan y 1 de San Luis-.

Los encuadres legales de las entidades ganadoras muestran, como se había marcado en las presentaciones, una fuerte primacía de las productoras, que tuvieron 90 proyectos aprobados, un 70% del total. Solo 35 ganadorxs de esta línea fueron emisoras de radio. Es explícita la relevancia de esta figura legal para las organizaciones en cuanto a la posibilidad de acceso a los recursos del Estado. Por otro lado, esta línea corroboró la tendencia que se había expresado en el llamado para producción de contenidos audiovisuales, en la cual también se había expresado esta primacía de las productoras. Los demás proyectos ganadorxs fueron de 20 entidades con Reconocimiento 753, 8 adjudicatarixs de licencias por artículo 49, y 6 licen licenciatarixs por concurso.

3.2.2.e. FOMECA Línea 5 2014: Gestión de medios comunitarios

El día 17 de septiembre de 2014, el Directorio de la ex AFSCA aprobó la Resolución 1048 que llamaba por quinta vez en el año y séptima vez desde su creación a concurso abierto, en todo el territorio nacional, para el otorgamiento de subsidios correspondientes al FOMECA. Sin embargo, lo hacía por primera vez para una categoría fuertemente demandada por lxs distintxs actorxs del sector sin fines de lucro y de Pueblos Originarios: *gestión de medios*. Por primera vez, el organismo hacía realidad la conquista del sector social y comunitario de la comunicación de disponer de la transferencia directa de recursos económicos desde el Estado para pensar y mejorar integralmente su sostenibilidad más allá del equipamiento tecnológico y la producción de contenidos.

Según la propia Resolución, esta línea de financiamiento se ajustaba a los objetivos de la LSCA de fomentar

> *el acceso a contenidos audiovisuales y a nuevas miradas representativas de las diferentes identidades culturales, regionales y comunitarias, buscando la descentralización no solo de los medios de comunicación audiovisual sino también de las producciones audiovisuales, fomentando el surgimiento de nuevos canales y señales de televisión y radiodifusión sonora, en donde se pueda producir contenidos de múltiples maneras.*
>
> *Que en virtud de lo antedicho, es de fundamental importancia desarrollar acciones que contribuyan a mejorar la gestión y la calidad de la comunicación audiovisual, en los procesos y en los resultados, que puedan contribuir a la construcción de las identidades culturales, locales, regionales y comunitarias, buscando el impulso y la divulgación de la comunicación comunitaria* (Res.1048, considerandos 12 y 13, pág. 3).

En ese sentido, y como lo explicita el reglamento aprobado, el objetivo del FOMECA Línea 5 2014 Gestión de medios fue mejorar la gestión administrativa, legal, contable, comercial y de todos los procesos realizados por los medios comunitarios y de Pueblos Originarios, así como actualizar los requerimientos legales, contables y tributarios para un funcionamiento más eficiente de los proyectos. Estuvo dirigido únicamente a las entidades sin fines de lucro y de Pueblos Originarios con licencia, reconocimiento o autorización para emitir, según correspondiera, y aquellas entidades autorizadas de forma precaria en el marco de lo establecido por la Res. 009-AFSCA/09. Es decir que estaba únicamente dirigido a emisoras y canales, excluyendo a las productoras de contenidos.

Esta línea de financiamiento dispuso una erogación total de $6.900.000 correspondientes al Ejercicio 2014, con la posibilidad de ser ampliada a disposición del presidente del Directorio, para financiar proyectos de hasta $230.000 cada uno. Previó plazos de implementación de 1 año y 3 meses aproximadamente, que incluía 12 meses de ejecución de los proyectos ganadores de las entidades y tiempo para los procesos internos del organismo: revisión de documentación, evaluación de proyectos, anuncio de ganadores, firmas de convenios, entregas de desembolsos, revisión de rendiciones de cuentas, evaluación final.

Es interesante observar qué requisitos se plantearon para la presentación de proyectos y con qué criterios se evaluaron los mismos ya que era la primera vez que se abría una línea de financiamiento de estas características y se le solicitó a las entidades información bastante detallada de los procedimientos realizados para su funcionamiento y cómo mejorarlos. Además, es interesante observar los factores a los que AFSCA le dio mayor centralidad para pensar la gestión de las organizaciones.

En primer lugar, la documentación requerida para la presentación del proyecto fue la misma que se pidió en cada una de las líneas previas, aunque el contenido de los Formularios fue profundamente diferente. El Formulario I contenía una planilla con una serie de preguntas destinadas a que la entidad se *autoevalúe* en relación a las actividades de gestión que llevara adelante según el nivel de implementación alcanzado en ese proceso, acompañadas de espacios para volcar las propuestas que llevarían adelante para mejorarlas. Una de las propuestas de mejora debía corresponder, obligatoriamente, a la Gestión legal, contable e impositiva de la emisora. Por otro lado, el Formulario II implicaba la cristalización de esa autoevaluación en un *proyecto de fortalecimiento y mejora de la gestión*, que incluía los objetivos de mejora, el impacto esperado, los antecedentes de la emisora y del coordinador general, el cronograma de las etapas y la inversión requerida. Frente a la situación de informalidad a la que había sido históricamente sometido el sector, el Estado se hizo cargo de esa deuda y promovió el encuadramiento de las organizaciones dentro de los parámetros establecidos por la administración pública para poder acceder a los beneficios que les

corresponden. Las organizaciones atravesaban estas dificultades de formalización legal, contable e impositiva no por elección sino, justamente, por la exclusión a la que el Estado las había empujado.

Una vez que pasaron la primera etapa de evaluación de la documentación presentada, los proyectos fueron evaluados por el Comité, con la misma composición que en Líneas anteriores, que determinó si las entidades estaban en condiciones o no de recibir el subsidio, en función de la lectura y el análisis de los formularios. Para ello, el Comité se guió por los siguientes criterios, explicitados en el Reglamento aprobado por la Resolución analizada, y le asignó a cada uno un puntaje (Res. 1048/14, Anexo I, Art. 17, pág. 23 y 24):

1. *Pertinencia de la autoevaluación (20 puntos)*
2. *Pertinencia de los objetivos de la mejora (20 puntos)*
3. *Grado de impacto previsto luego del cumplimiento de los objetivos de mejora en Coordinación y Liderazgo (incrementabilidad y viabilidad) (10 puntos)*
4. *Grado de impacto previsto luego del cumplimiento de los objetivos de mejora en Gestión de procesos en general (incrementabilidad y viabilidad) (10 puntos)*
5. *Grado de impacto previsto luego del cumplimiento de los objetivos de mejora en Gestión Contable, Legal e impositiva (incrementabilidad y viabilidad)*[94] *(20 puntos)*
6. *Grado de impacto previsto luego del cumplimiento de los objetivos de Resultados (incrementabilidad y viabilidad) (20 puntos)*

Luego de listar los criterios y sus puntajes en una grilla, el Reglamento aprobado aclaró que el Comité no consideraría en su calificación el puntaje absoluto que resultara del llenado del Formulario I sino la *pertinencia* (cuán necesario era el plan de mejora), la *consistencia* (que el plan de mejora no contuviese contradicción ni ambigüedad), la *incrementabilidad* (cuál es el impacto que el plan generaría en la entidad y en la comunidad) y la *viabilidad* (qué posibilidad tenía la entidad de llevar adelante el proyecto de acuerdo a los recursos con los que cuenta la organización más los que solicita como subsidio) del plan de mejoras para cada uno de los criterios mencionados (Res. 1048/14, Anexo I, Art. 17, pág. 24).

Al igual que otras líneas de financiamiento abiertas previamente, los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles fueron definidos con una serie de criterios y rubros a cubrir. En relación a los porcentajes de la composición del plan de inversión, como lo venía siendo en otras líneas, el subsidio fue del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad, $40.588 en caso de recibir el subsidio máximo, sino proporcionar a lo

[94] El reglamento definió que era obligatorio que todos los proyectos incluyeran entre sus objetivos de mejora la realización de los últimos tres balances de la entidad, cuya presentación sería solicitada en la evaluación final del proyecto y sería considerada para la aprobación y cierre del mismo. En caso de que la entidad contara con menos de 3 años de existencia, se le solicitó los balances correspondientes a los años de actividad que llevaran (Res. 1048/14, Anexo I, Art. 17 “Grilla de puntuación y criterios generales para la evaluación”).

otorgado. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión de $270.588, o proporcional al subsidio recibido.

En relación a los gastos permitidos y excluidos del subsidio y la contraparte, los criterios se mantuvieron respecto a otras líneas, aunque los porcentajes cambiaron: 15% en gastos de capital y 85% en gastos corrientes[95]. Dentro de los gastos de capital, se incluyeron insumos y equipamientos necesarios para mejorar la gestión administrativa de la entidad, computadoras, dispositivos TIC, escritorios, insumos de oficina, etc. Dentro de los gastos corrientes, que tuvieron la mayor representación del subsidio, se consideraron los pagos de honorarios profesionales necesarios para la mejora de la gestión, cursos de capacitación, libros y publicaciones, artículos de librería, honorarios para desarrollo de software para mejora de gestión y diseño web, adquisición de licencias de software de gestión administrativa y/o contable y/o legal y/o comercial, etc. (Res. 1048/14, Anexo I, Art. 8, pág. 15). El reglamento definió que, obligatoriamente, alguna de las erogaciones de esta categoría debía estar destinada a cumplir el objetivo de mejora de la Gestión Contable, Impositiva y Legal y describió, a su vez, cómo debían estar distribuidos los montos correspondientes a honorarios de Coordinación General del Proyecto, administración interna, profesionales y consultoría externa.

Esto profundizó lo descrito en la línea anterior sobre la utilización de parte del subsidio para el pago de salarios, lo cual impacta necesariamente en la gestión y sostenibilidad en el tiempo de las entidades, que podrían pasar a contar con una planta de trabajadorxs más estable y dedicada a las tareas de funcionamiento cotidiano.

Otra de las novedades incorporadas por esta Línea fue la descripción de las tareas y responsabilidades de la Coordinación General del Proyecto, de cumplimiento obligatorio para poder acceder al subsidio. Quienes fueran contratadxs para esa tarea debían cumplir con al menos tres requisitos de los explicitados:

a) *Experiencia en coordinación de equipos;*
b) *Contar con experiencia dentro del ámbito de los medios de comunicación audiovisual, no menor a 5 (años);*
c) *Contar con algún título que acredite formación en el campo de los medios de comunicación audiovisuales;*
d) *Acreditar haber dirigido proyectos con cierto nivel de complejidad en el trabajo de coordinación institucional;*
e) *Contar con experiencia probada en la gestión y rendición de subsidios (públicos o privados).*

[95] Los gastos de contraparte y los excluidos del subsidio fueron los mismos que en otras líneas previas.

Las funciones definidas para la coordinación general fueron:

a) *Realizar el seguimiento y velar por el cumplimiento de los objetivos estipulados en el proyecto, de acuerdo al plan de mejoras en la gestión presentado;*
b) *Realizar un informe trimestral, que deberá entregar a la Autoridad Federal, donde consten todos los avances del proyecto así como las modificaciones que puedan surgir en su implementación;*
c) *Coordinar la rendición de los 2 desembolsos;*
d) *Coordinar las presentaciones de las evaluaciones intermedias y final;*
e) *Coordinar el trabajo de todas las personas involucradas en el proyecto definiendo para ellos objetivos claros y metas, y estableciendo reuniones periódicas de control de avances y resultados* (Res. 1048/14, Anexo I, Art. 11, pág. 18).

Por último, los criterios y requisitos que se mantuvieron respecto de Líneas anteriores fueron el de competencia regional; autoría del proyecto, derechos y difusión de proyectos ganadores; firma de convenio, desembolsos, rendiciones de gastos y material gráfico y placas/separadores con la leyenda "*Este programa ha sido ganador del Concurso FOMECA / Línea 5 / 2014 / GESTIÓN DE MEDIOS COMUNITARIOS, un mecanismo de fortalecimiento de la comunicación comunitaria, y subsidiada por la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL con fondos públicos*".

FOMECA Línea 5 2014 en números

Para esta quinta línea del año hubo un total de 46 presentaciones, de las cuales 43 resultaron ganadoras del financiamiento. El monto total de todos los proyectos presentados sumó $8.741.764,41 de los cuales el Estado debía subsidiar $7.430.500 correspondientes al 85%. Si se considera que la erogación total de la línea no podía superar los $6.900.000, puede observarse que se consolidó en esta línea la tendencia por la cual la demanda del sector superó el monto de subsidio establecido por el Estado. El hecho de que esta convocatoria fuera la primera en la que se subsidiaría la gestión de los medios, y que se presentaran proyectos por montos mayores a los establecidos como máximos por el Estado, demuestra de que efectivamente esta línea respondió a una necesidad real del sector.

En términos regionales, la distribución arrojó 16 presentaciones en la región Centro Metropolitano, 10 en el Centro Norte, 2 en el NEA, 11 en el NOA, 4 en la Patagonia y 3 en Cuyo. A nivel provincial y de la CABA, Buenos Aires, la CABA y Córdoba encabezaron la lista de presentaciones con 8 cada una, Jujuy 5, Río Negro 4, Tucumán 3, Santa Fe, Santiago del Estero y Mendoza 2, San Juan, Salta, Formosa y Chaco con 1. Si bien las provincias del centro siguieron siendo las que más presentaciones generan, se observó un crecimiento proporcional del NOA que lo consolidó como la tercer región en este sentido. A esto aportaron

significativamente las Comunidades de Pueblos Originarios, ya que de los 10 proyectos que generaron 7 de ellos surgieron del NOA.

En cuanto a los encuadres legales, hubo 4 presentaciones de entidades con licencias adjudicadas -Jujuy, Tucumán, San Juan y Río Negro-, 8 de entidades con adjudicaciones por artículo 49 -5 de Córdoba, 1 de Tucumán, 1 de Santiago del Estero y 1 de MEndoza- 9 de Comunidades de Pueblos Originarios con autorización vigente -1 de Chaco, 1 de Salta, 4 de Jujuy, 1 de Tucumán, 1 de Santiago del Estero, 1 de Río Negro-, 7 de entidades con autorización precaria -3 de Buenos Aires, 3 de la CABA, 1 de Córdoba- 3 de productoras, que se presentaron a pesar de no estar incluidas en la convocatoria -1 Buenos Aires y 2 Río Negro- y 15 de entidades con reconocimiento 753 -4 de Buenos Aires, 5 de la CABA, 2 de Córdoba, 2 de Santa Fe, 1 de Formosa, 1 de Mendoza-. El desagregado de las presentaciones por encuadre legal muestra una importante primacía de los reconocimientos 753, pero un número también importante de los demás encuadres legales intermedios, dejando de lado lxs licenciatarixs adjudicados. Esto marca nuevamente la importancia para el sector de la inclusión de estos encuadres legales al mismo nivel que las licencias, así como también el peso de las radios dentro del mapa de medios comunitarios.

Ya en el análisis de lxs ganadorxs, los 43 proyectos aprobados significaron para el Estado una erogación total de $6.896.500. El monto máximo asignado para esta línea en su reglamento era de $6.900.000, por lo que se ejecutó prácticamente la totalidad de la partida presupuestaria establecida. Por otro lado, los únicos 3 proyectos que no resultaron ganadorxs fueron presentados por productoras, que por reglamento estaban excluidas de la convocatoria, por lo que se puede afirmar que el 100% de las presentaciones válidas fueron beneficiadas con el subsidio. Resulta interesante observar que, en esta primera línea de gestión, prácticamente la totalidad de los proyectos presentados resultaron ganadorxs, y el monto final subsidiado fue casi la totalidad de lo estipulado por reglamento. No solo el Estado identificó esta necesidad del sector y generó una línea específica para el otorgamiento de recursos en este sentido, sino que efectivamente se respondió a la totalidad de la demanda, ejecutando la totalidad de los recursos destinados.

Hubo 9 proyectos ganadores de Comunidades de Pueblos Originarios, lo que significó $1.638.000 en subsidios para este sector. Todxs esxs ganadorxs contaban con autorizaciones vigentes otorgadas por artículo 151 de la LSCA. De esos 9 proyectos, 7 vinieron comunidades del NOA -4 de Jujuy, 1 de Salta, Tucumán y Santiago del Estero, respectivamente-, 1 del NEA -Chaco- y el restante de la Patagonia -Río Negro-.

Los restantes 34 proyectos ganadores provinieron de entidades sin fines de lucro, y le significaron al sector subsidios por $5.528.500. El 74% de estos proyectos surgieron de las regiones del centro país, 15 del Centro Metropolitano y 10 del Centro Norte. En términos provinciales, 8 proyectos salieron de entidades de Córdoba y 8 de la CABA, 7 de Buenos

Aires, y 2 de Santa Fe para completar estas regiones. Los restantes ganadorxs fueron 4 del NOA -2 de Tucumán, 1 de Jujuy y 1 de Santiago del Estero-, 3 de Cuyo -2 de Mendoza y 1 de San Juan-, 1 del NEA -Formosa- y 1 de la Patagonia -Río Negro-.

En cuanto a los encuadres legales, lxs ganadorxs se correspondieron con la distribución de las presentaciones, exceptuando las 3 productoras que que se habían presentado. Las emisoras de radio fueron el tipo de medio con más proyectos ganadores, 35 de los 43 totales. Los 8 restantes fueron de emisoras de TV. En esto se observa la composición del universo de los medios comunitarios con mayor acceso a la legalidad, al menos hasta este momento.

3.2.2.f. FOMECA Línea 6 2014: Producciones Audiovisuales

El mismo día y a través también de la Resolución 1408 -la que abrió la Línea de Gestión-, el Directorio de la ex AFSCA llamó a concurso FOMECA para producción audiovisual, por segunda vez en el año. Si bien tuvo los mismos objetivos que la anterior y estuvo dirigido a lxs mismxs beneficiarixs, incorporó también algunas modificaciones importantes que dan cuenta del desarrollo de la política y cómo esta fue acomodándose a las demandas del sector y a la consolidación del andamiaje institucional necesario para implementarla.

A diferencia de la Línea 3 2014, este llamado estuvo dividido en cuatro formatos diferentes. AFSCA sostuvo las categorías de spot y microprograma y aumentó las sumas de los montos del subsidio: de $40.000 para la producción de spots pasó a $45.000 y de $130.000 para la producción de microprogramas pasó a $150.000. La novedad fue la incorporación de dos nuevos formatos: *p*rograma informativo diario y programa semanal, para los cuales el Estado estableció subsidios por montos de hasta $500.000 para cada formato.

Según los reglamentos aprobados, un informativo diario es

> *[…] una producción seriada de un formato que debe ser producido y emitido de forma diaria, y ocupar una pantalla durante 6 meses consecutivos. Lo que define el programa es que tiene una duración de 15 minutos, es diario, de corte periodístico y contiene información de actualidad. Puede ser un noticiero clásico sobre información general, o sobre algún área particular (deportes, cultura, etc.). Puede ser grabado o en vivo, en un estudio o piso, a su vez puede o no incluir entrevistas, informes, móviles* (Res. 1408/14, Anexo IV, Art. 7, pág. 114).

Las entidades que concursaran para este formato debían presentar 132 capítulos de 15 minutos de duración cada uno, más promociones. Los proyectos estarían compuestos, entonces, por una sinopsis general, una sinopsis de todos los capítulos, guiones o rutinas, una propuesta estética y hasta 5 imágenes de referencia[96].

[96] En la Línea 3 2014, entre los requisitos de presentación de proyectos se encontraba la realización de escaletas y storyboard. En este nuevo llamado, Línea 6 2014, este requisito fue reemplazado, para todos los formatos, por 5 imágenes de referencia.

Por otro lado, esta Resolución definió al programa semanal como:

[…] una producción seriada de un formato que debe ser emitido de forma semanal y ocupar una pantalla durante 9 meses. Es condición que el formato funcione como tal y que todos los programas se puedan producir en serie y grabar en un mismo espacio (ya sea un piso o una locación real) de forma consecutiva.

Se trata de 39 capítulos de 25 minutos cada uno. Las temáticas y géneros deberán ser:

- *Programa temático de entrevistas. (ej: Línea de tiempo)*
- *Programa de cocina (ej: Cocineros Argentinos)*
- *Programa Infantil (Ejemplo: los de estudio con música y conductores)*
- *Entretenimiento (juegos, concursos, stand up, sketch humorístico)*
- *Periodístico de investigación (incluye ciencia, historia, música, artes, política, derechos humanos, turismo, deportes, humorístico, etc.)* (Res. 1408/14, Anexo V, Art. 7, pág. 151).

Las entidades que concursaran para este formato debían presentar 39 capítulos de 25 minutos de duración cada uno de artística y promoción. Los proyectos estarían compuestos, entonces, por una sinopsis general, una sinopsis de todos los capítulos, guiones, una propuesta estética y hasta 5 imágenes de referencia.

En primer lugar, puede observarse, al igual que en la Línea 4 2014, que desde el organismo se promovió la producción de contenidos de calidad con un fuerte arraigo territorial, desde una mirada de la comunicación comunitaria. Los formatos definidos por la política demuestran también la intención del Estado de generar producciones estables y continuadas en el tiempo, que dieran vida a las grillas de programación de un actor como las televisoras que se estaba consolidando.

Puede inferirse también que la decisión de subsidiar este tipo de formatos en el lenguaje audiovisual, luego de varios llamados a concurso para producciones audiovisuales sin diferenciación, respondió al desarrollo paulatino e incipiente del sector. Luego de dos líneas de subsidios para producción, el Estado consideró que las entidades ya contaban con una estructura más estable y consolidada que podía realizar producciones de esas características. Como se dijo previamente, la DPE consideró estratégico el desarrollo del sector audiovisual para generar mejores condiciones de competencia en el mapa mediático.

Otra de las diferencias significativas respecto de la Línea 3 2014 fue la composición de los gastos posibles de realizar con el dinero otorgado. Al igual que en líneas anteriores, los proyectos ganadores fueron beneficiados con un aporte no reembolsable -el subsidio- que sería equivalente al 85% del total del proyecto -la inversión total-, que las entidades debían complementar con un 15% en concepto de contraparte. El destino de los fondos podían ser gastos de capital y gastos corrientes pero, en esta oportunidad, esa composición no fue de

40% y 60% respectivamente. En el caso de los formatos spots y microprogramas, los gastos de capital[97] podían ser sólo del 20% del subsidio y los gastos corrientes[98] el 80% restante. En el caso de los formatos informativo diario y semanal, los gastos de capital podían ser sólo del 25% del subsidio y los gastos corrientes el 75% restante. Esos porcentajes obedecieron a la continuidad establecida entre la Línea 3 2014 y este concurso, que dan por sentado, como había sucedido ya en otras oportunidades, que las entidades beneficiarias ya habían atravesado un proceso de capitalización y fortalecimiento como para abordar otro tipo de producciones o continuar las ya iniciadas.

La erogación total de dinero para este concurso no podía superar los $11.000.000 correspondientes al Ejercicio 2014. Los requisitos para la presentación de los proyectos fueron los mismos que en llamados anteriores pero se incorporaron especificaciones según el formato[99]. Por último, los criterios y requisitos que se mantuvieron respecto de Líneas anteriores fueron el de competencia regional; autoría del proyecto, derechos y difusión de proyectos ganadores; firma de convenio, desembolsos, rendiciones de gastos y material gráfico y placas/separadores con la leyenda "*Este programa ha sido ganador del Concurso FOMECA / PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL / Línea 6 / 2014 / FORMATO, un mecanismo de fortalecimiento de la comunicación comunitaria, y subsidiada por la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL con fondos públicos*".

FOMECA Línea 6 2014 en números

Para esta segunda línea del año que convocaba a la producción de contenidos audiovisuales, hubo un total de 166 presentaciones, de las cuales sólo 58 resultaron ganadoras del financiamiento, es decir, un 35%. Esta fue la línea del año con menor índice de aprobación con respecto al número de presentaciones, pero al mismo tiempo fue la segunda en cantidad de dinero otorgado, solamente superada por la Línea 4 por poco más de medio millón de pesos. Tuvo 30 presentaciones más que la anterior línea de producciones audiovisuales -la Línea 3 2014- y sólo un ganador más -58 contra 57-. Sin embargo, superó la ampliamente en cuanto al monto total de los proyectos presentados y en la erogación que significó para el Estado, y la explicación de esto reside en la inclusión de las dos nuevas

[97] Se contemplaron videocámaras y sus accesorios (memorias, trípode, cables, conectores, etc.), equipamiento para grabación y registro de sonido (consola, microfono, auriculares, cañas y accesorios, cables y conectores, placa especializada, grabador, parlantes de monitoreo, etc.), computadoras de escritorio, dispositivos TIC, iluminación para video (luces, trípode, paneles, filtros y gelatinas, etc.). Res. 1408/14, Anexos II, III, IV y V, Art. 10, "Destino de los fondos".

[98] Se contemplaron los gastos en honorarios profesionales y servicios provistos para la producción de los programas como viáticos, telefonía celular, librería, etc. Res. 1408/14, Anexos II, III, IV y V, Art. 10, "Destino de los fondos".

[99] A diferencia de la Línea 3 2014, la Línea 6 2014 exigió, para la presentación de microprogramas, una cantidad de 10 capítulos -4 para ficción- de 5 a 6 minutos de duración cada uno.

modalidades programa semanal y programa informativo. De ambos formatos, el primero fue exclusivo para productoras, y el segundo exclusivo para emisoras licenciatarias, con autorización precaria o de Pueblos Originarios. Los montos máximos establecidos para cada proyecto de las dos modalidades fue de $500.000, y entre las dos hubo 15 ganadorxs, por un total de $6.606.000 en términos de subsidios del organismo. Ese monto explica la diferencia con la anterior línea de fomento a las producciones audiovisuales, que con solo 1 ganadorx menos había recibido, en total, $5.200.000 en subsidios.

Del total de las presentaciones, 81 fueron para la modalidad microprograma, 44 para programa semanal, 33 para spot, y 8 para programa informativo. La suma de todos estos proyectos dio un total de $43.248.035,71, convirtiendo a esta línea en la de más alto monto en término de presentaciones de este año. De ese monto, el Estado debía subsidiar el 85%, es decir, $36.760.830,36, y las entidades se harían cargo de $6.487.205,36 en concepto de contraparte.

Solo 7 de los 166 proyectos presentados pertenecieron a Comunidades de Pueblos Originarios, 4 para el formato microprograma, 1 para programa semanal, 1 para programa informativo, y 1 para spot. Estas presentaciones fueron realizadas por tres entidades, Sintonía Fina Ltda., de la provincia de Buenos Aires, la Comunidad LQATAXAC NAM QOMPI del Pueblo Toba, del Chaco, y la Comunidad Lof Che Buenuleo, de Bariloche, Río Negro. Las dos primeras se presentaron como productoras, y solamente la última los hizo como emisora de TV, lo cual evidenció el escaso desarrollo de este actor en particular en lo referente al lenguaje audiovisual. Los montos de estos proyectos sumaron un total de $1.895.294,12.

Las 159 presentaciones restantes provinieron de entidades sin fines de lucro, y se distribuyeron en 77 proyectos para el formato microprograma, 43 para programa semanal, 7 para programa informativo, y 32 para spot. Este sector generó proyectos por un total de $41.352.741,60 demostrando un gran dinamismo y protagonismo dentro del campo de la comunicación comunitaria. Profundizando este análisis, 153 presentaciones fueron realizadas bajo la figura de productoras audiovisuales. Si restamos a esas 153 las 4 presentaciones de productoras de Pueblos Originario -concentradas en dos Comunidades-, observamos que 149 de las 159 presentaciones de entidades sin fines de lucro provinieron de productoras. Este número expresa la relevancia de este encuadre legal para el sector de la comunicación audiovisual comunitaria, y realza la decisión del organismo de incluirla en el universo de beneficiarxs, decisión que, a las claras, amplió el alcance de la política de fomento significativamente. El resto de los encuadres legales registrados en las presentaciones de esta línea mostró 2 adjudicaciones por artículo 49, 3 autorizaciones a Comunidades de Pueblos Originarios, y 8 autorizaciones precarias, pertenecientes a las emisoras de TV convocadas por la modalidad programa informativo y que generaron las 8 presentaciones para dicho formato.

En términos geográficos, hubo 80 presentaciones del Centro Metropolitano -42 de la CABA y 38 de la provincia de Buenos Aires-, 29 del NOA -11 de Salta, 8 de Tucumán, 5 de Jujuy, 5 de Santiago del Estero-, 23 de la Patagonia -11 de Río Negro, 5 de La Pampa, 4 de Tierra del Fuego, 2 de Chubut y 1 de Neuquén-, 14 del Centro Norte -todas de Córdoba-, 13 de Cuyo -5 de La Rioja, 5 de San Luis, 2 de Mendoza y 1 de San Juan- y 7 del NEA -5 de Misiones, 1 de Chaco y 1 de Formosa-. Nuevamente se dió una concentración en el centro del país, con casi el 50% de las presentaciones provenientes del Centro Metropolitano, y se marcó el peso que en esta distribución tienen las productoras. La otra nota significativa de esta distribución de presentaciones fue el importante número que provino de las regiones periféricas, como el NOA y la Patagonia, que fueron la segunda y tercera regiones en número de proyectos generados. Y esto cobra mayor relevancia si se considera que la enorme mayoría de dichos proyectos fueron efectuados por productoras sin fines de lucro, y no de Comunidades de Pueblos Originarios que venían siendo el pilar de estas regiones.

Ya en el análisis de lxs ganadorxs, la modalidad programa informativo tuvo 7 aprobaciones sobre 8 presentaciones. Este formato de la convocatoria buscó claramente fortalecer a las emisoras de TV que, luego de haber sido reconocidas legalmente bajo la figura de la autorización precaria, tuvieron por primera vez en esta línea una convocatoria específica. Se complementaba entonces el reconocimiento legal por parte del Estado con el otorgamiento específico de fondos para el fomento. Si bien el proceso de otorgamiento de licencias corría con sus tiempos particulares, este sector, que se puede catalogar como el más estable del campo del lenguaje audiovisual por la infraestructura y el equipamiento que requiere -de hecho así lo reconoce, implícitamente, este llamado, al convocarlxs exclusivamente para el formato diario, el cual requiere una capacidad de producción mucho mayor a cualquier otro formato-, encontró en esta línea una nueva respuesta por parte del organismo en cuanto a la atención de sus necesidades específicas. De las 8 emisoras ganadoras, solo 1 fue de una Comunidad Pueblos Originarios, la Comunidad Lof Che Buenuelo, de la ciudad de Bariloche. Las otras 7 fueron entidades sin fines de lucro, todas provenientes del Centro Metropolitano, 3 de la CABA y 3 de Buenos Aires. Se evidencia en esto la centralización de este tipo de medio en los principales distritos del país, la de mayor profundidad entre las distintas categorías del campo de la comunicación popular, alternativa y comunitaria -tipos de medios, encuadres legales, etc.-. Esos 7 proyectos fueron aprobados por un total de $3.658.823,53, de los cuales el Estado debió subsidiar $3.110.000, y las entidades aportar $548.823,53 en términos de contraparte.

Por su parte, la modalidad programa semanal fue exclusiva para las productoras, marcando una intención del organismo de fomentar también formatos que implicasen gran capacidad de producción -por la cantidad de emisiones-. Se destaca la especificación de la política pública, que con el paso de las líneas fue diversificando y profundizando su forma de

atender a las particularidades del campo de la comunicación comunitaria. Para este formato hubo 8 ganadorxs sobre 44 presentaciones, marcando por un lado el mayor desarrollo de las productoras frente a las emisoras, y por otro la equiparación del organismo frente a esa situación aprobando solo 1 proyecto más que los aprobados a las emisoras. Esos 8 proyectos fueron aprobados por un total de $4.112.941,18, de los cuales el Estado subsidiaría $3.496.000, y las entidades tendrían que aportar $616.941,18 en términos de contraparte.

Las otras dos modalidades, microprograma y spot, que se repitieron de la Línea 3 2014 e incluyeron en sus convocatorias tanto a emisoras como productoras, sumaron proyectos por un total de $5.254.695,29, de los cuales el Estado subsidiaría $4.466.491, y las entidades tendrían que aportar $616.941,18 en términos de contraparte.

Solo 2 proyectos aprobados fueron de Comunidades de Pueblos Originarios, 1 para el formato programa informativo, y 1 para microprograma, la primera de Río Negro y la segunda del Chaco. En cuanto a recursos, esto significó $616.000 en subsidios para el sector. Los restantes 56 proyectos ganadores correspondieron a entidades sin fines de lucro, 25 para la modalidad microprograma, 17 para spot, 8 para programa semanal, y 6 para programa informativo, sumando $10.456.491 en subsidios. En cuanto a los encuadres legales de esas organizaciones que resultaron beneficiarias de esta línea de fomento, 1 fue una Comunidad de Pueblos Originarios con autorización vigente, 6 entidades sin fines de lucro con autorizaciones precarias, y 51 productoras audiovisuales, replicando la hegemonía de este encuadre en las presentaciones efectuadas. Finalmente, resultaron ganadoras 7 emisoras de TV y 51 productoras audiovisuales.

En términos regionales, hubo 30 ganadorxs del Centro Metropolitano -16 de la CABA y 14 de la provincia de Buenos Aires-, 9 del NOA -2 de Salta, 2 de Tucumán, 2 de Jujuy, 3 de Santiago del Estero-, 6 de la Patagonia -4 de Río Negro, 1 de Chubut y 1 de Neuquén-, 4 del Centro Norte -todas de Córdoba-, 5 de Cuyo -2 de La Rioja, 1 de San Luis, 2 de Mendoza- y 4 del NEA -2 de Misiones, 1 de Chaco y 1 de Formosa-. La centralización que se había marcado en las presentaciones se profundizó en la instancia de ganadorxs, con Buenos Aires y la CABA concentrando más de la mitad de la totalidad de los proyectos aprobados. Sería un elemento a profundizar en posteriores investigaciones las particularidades de la conformación de las productoras en cada región, ya que la primacía de ese encuadre legal explica sin dudas la mayor concentración en el centro.

3.2.2.g. FOMECA Línea 7 2014: Producciones Radiofónicas

El día 26 de noviembre de 2014, el Directorio de la ex AFSCA aprobó la Resolución 1332 que llamaba a concurso FOMECA para producción radiofónica, por segunda vez en el año. En esta oportunidad, lxs beneficiarixs del concurso fueron únicamente las personas jurídicas sin fines de lucro y Pueblos Originarios inscriptxs en el Registro Público de Señales

y Productoras. Si bien las emisoras con licencia o reconocimiento no fueron contempladas en el presente llamado, se observará que terminaron participando también con la presentación de proyectos, algunos de los cuales resultaron aprobados.

Esta línea de financiamiento dispuso una erogación total de $5.870.000 correspondientes al Ejercicio 2014 para financiar dos formatos diferentes de proyectos radiofónicos: montos de hasta $70.000 para programas semanales, al igual que la Línea 4 2014, y hasta $35.000 para producir campañas comunitarias. El cronograma de implementación dispuesto para cada concurso fue de 10 meses para programas semanales -8 meses de ejecución para las entidades- y de 13 meses para las campañas comunitarias -6 meses de ejecución para las entidades-.

El Reglamento aprobado para el programa semanal recuperó la definición que AFSCA ya había dado para ese formato en la Línea 4 2014 pero incorporó algunas modificaciones. En primer lugar, elaboró una lista de temáticas -géneros y públicos- dentro de las cuales el programa debía encuadrarse para formar parte del concurso, con sus respectivas descripciones. Estas fueron:

A. *Infancia: los contenidos están vinculados con la población de 6 a 12 años, sus gustos, inquietudes e intereses, atendiendo a su diversidad cultural, local y regional. Sus segmentos pueden ser variados: juegos, radioteatros, espacios educativos, de historia, vinculados a la salud, al cuidado del cuerpo, a su barrio, comunidad, provincia, región, y en especial todo lo relacionado a los derechos de niños, niñas y adolescentes. La participación de los propios chicos/as en la producción y puesta en el aire de los programas le otorga a los mismos un elemento fundamental, que es su reconocimiento como sujetos con voz y palabra propia.*
B. *Juventud: se orienta a la población adolescente y juvenil, etariamente definida entre los 13 y los 21 años, con sus particularidades sociales y culturales. Los formatos a integrar son abiertos, con preferencia por los contenidos educativos, culturales, musicales de orientación de orientación de diversas temáticas que acompañen su vida cotidiana alternando entretenimiento, información y opinión. La participación de los propios jóvenes es también un factor fundamental.*
C. *Salud Mental: Se busca estimular producciones que aborden la temática de la Salud Mental desde una perspectiva de derechos y de acceso a servicios en la comunidad, priorizando la participación directa de los afectados. Está destinado a instituciones, asociaciones, organizaciones en general que aborden esta temática y a personas en tratamiento, rehabilitación, en proceso de reinserción o que hayan atravesado experiencias psiquiátricas. El*

destinatario de estas producciones es el público en general ya que es en lo social donde la figura de las personas con diagnóstico de enfermedad mental se erige de manera mítica y estigmatizada. El protagonismo de los propios usuarios de servicios de salud mental o de asociaciones, cooperativas, clubes, grupos formadas por ellos es un elemento fundamental ya que implica en sí mismo el ejercicio de derechos y la puesta en práctica de la palabra en nombre propio, legitimando maneras diversas de entender el mundo y a los otros.

D. *Género: En esta línea se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto promover una imagen igualitaria de mujeres, lesbianas, gays y personas trans. Los contenidos deberán apuntar a: a) remover los patrones socioculturales que promueven y sostienen la desigualdad de género; b) aportar una mirada crítica respecto de los mensajes, valores, íconos o signos que transmiten y reproducen dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales; c) difundir información acerca de los derechos específicos de estos colectivos y las políticas públicas desarrolladas para garantizarlos y d) dar cobertura a charlas, congresos, movilizaciones y cualquier otro tipo de actividad que tenga por fin promover la igualdad de género y/o eliminar restricciones en el acceso a estos derechos.*

E. *Adicciones: Esta temática tiene como principal premisa su público destinatario, caracterizado por adolescentes y jóvenes. Los contenidos pueden ser variados, tales como radioteatros, historias de vida, vinculados a sus espacios de pertenencia, al barrio donde viven, su comunidad, su región, su provincia y en especial al desarrollo de proyectos de vida que permitan la reinserción social, laboral y cultural de los jóvenes con consumos problemáticos de sustancias y alcohol. La participación de este grupo etario en la producción y puesta en aire de los programas le otorga a los mismos un elemento fundamental, que es su reconocimiento como sujetos de derecho con voz propia.*

F. *Seguridad vial: En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto difundir las acciones tendientes a poner la cuestión de la seguridad vial en un espacio cada vez más importante de la agenda pública, tanto a nivel nacional como provincial y municipal, con el objetivo de promover e impulsar una nueva cultura vial destinada a mejorar la calidad de vida de la población; realizar acciones de difusión y comunicación destinadas a contribuir a la reducción de los siniestros viales en los que muchas personas jóvenes pierden su vida o la dañan irremediablemente, sobre la base de que dichos*

siniestros son evitables a partir de una mayor conciencia ciudadana y un aumento en el nivel de educación vial.

G. *Migrantes: En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto difundir y promover la perspectiva de derechos humanos en el contexto de las migraciones. Entre otros aspectos, se espera que los contenidos apunten a reflexionar acerca del lazo entre migración, diversidad y derechos; difundir información que contribuya a prevenir y desarmar los discursos, creencias y prácticas xenófobas a la vez que permita construir una concepción de igualdad que reconozca las diferencias nacionales, étnicas y culturales sin presentarlas como obstáculos para denegar el acceso a derechos de las personas migrantes; dar cobertura a charlas, congresos, jornadas y difundir cualquier otro tipo de actividad o publicación que tenga por fin promover el acceso efectivo de los derechos humanos por las personas migrantes.*

H. *Ambiente: En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto sentar las bases y difundir la temática ambiental. Se busca que los contenidos apunten a promover y difundir prácticas que apunten al cuidado del ambiente, visibilizar y aportar herramientas sobre el uso de los recursos naturales (la importancia de su preservación, su uso racional y la sobreexplotación de los mismos), difundir las problemáticas ambientales de cada territorio y los desafíos para afrontar las mismas, dar cobertura a charlas, congresos, movilizaciones, y cualquier otro tipo de actividades que tengan por objeto promover, visibilizar, discutir sobre la temática ambiental en particular.*

I. *Trabajo: En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto, por ejemplo, promover una imagen positiva del aprendizaje de un oficio como parte del proceso de inclusión social, de valorización de espacios laborales invisibilizados por la industrialización y la incorporación de nuevas tecnologías, de identificación inter-generacional (padres a hijos, abuelos) y de acceso a la cultura, el trabajo como generador de identidad y valorización social, el reconocimiento del esfuerzo a través del aprendizaje de un oficio o de la enseñanza del mismo, son algunos de los aspectos que se pueden abordar desde este tipo de temática. Su público destinatario es general, con foco en los sectores de mayor vulnerabilidad social.*

J. *Cooperativismo: En esta temática se encuentran aquellos programas cuyo objetivo es la promoción, desarrollo y difusión del cooperativismo, entendido este como corriente de pensamiento social que promueve la organización de las personas para satisfacer de manera conjunta sus necesidades y*

aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática. Este tipo de programas deberán servir para difundir las principales orientaciones y principios del cooperativismo, y potenciar a través de la comunicación y difusión todo tipo de actividades relacionadas con el desarrollo de la economía solidaria.

K. *Deporte: En esta temática se encuentran aquellos programas cuyo objetivo es la promoción del deporte social, entendido como la práctica de actividades físicas y deportivas orientadas a la población en su conjunto, sin discriminación de edad, género, condición física, social, cultural o étnica, diversa en sus manifestaciones, generadora de situaciones de inclusión, donde el deporte actúa como ámbito propicio para el desarrollo humano integral. Se espera que este tipo de programas aporten a difundir la competencia deportiva de base, otorgar espacios de comunicación a referentes de la práctica deportiva social tales como deportistas amateurs, entrenadores, dirigentes de clubes, establecimientos educativos, y otro tipo de instituciones sin ánimo de lucro, promover la incorporación de los hábitos deportivos en los estilos de vida de la población, y potenciar a través de la comunicación y difusión todo tipo de prácticas del deporte social como componente relevante del desarrollo humano.*

L. *Violencia Institucional: En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto abordar la problemática de la violencia institucional desde una perspectiva de derechos humanos. Se espera que sus contenidos apunten a visibilizar y problematizar los casos de violencia institucional cometidos por agentes estatales en cumplimiento de sus funciones, en particular, aquellos pertenecientes a las fuerzas de seguridad y penitenciarias y a través del ejercicio abusivo e ilegal del poder punitivo estatal; difundir información sobre los derechos y los organismos públicos a los cuales acudir en caso de ser víctima de una práctica de violencia institucional; aportar una mirada crítica y desde los derechos humanos respecto de la seguridad ciudadana, las formas de prevenir los hechos de inseguridad, la cárcel y el encierro, la exclusión y la pobreza; difundir las publicaciones, jornadas, seminarios y demás actividades que aborden la problemática de la violencia* (Res. 1332/14, Anexo I, Art. 7, págs. 10-15).

Otros de los requisitos incorporados fue que los proyectos presentados a concurso incluyeran un ciclo de 24 capítulos -6 meses-, que no tuvieran una duración de menos de media hora y no mayor a 1 hora, con una frecuencia semanal, o lo que pudiera acordarse con

la emisora. Para concursar, la productora debía presentar un resumen general del proyecto, una propuesta estética y narrativa, un guión y un demo, con los mismos requisitos que en líneas anteriores.

Las temáticas planteadas por esta línea profundizaron la perspectiva de los derechos humanos en el abordaje de los contenidos. Por otro lado, estas temáticas, a diferencia de las líneas anteriores, no fueron sugerencias sino opciones a las que los contenidos debían corresponder necesariamente, lo que demuestra que el Estado se propuso direccionar esas producciones hacia problemáticas fundamentales, que muchas veces son excluidas de las agendas dominantes o tratadas desde perspectivas que excluyen y discriminan a lxs actorxs que el FOMECA buscaba fortalecer. La participación de lxs involucradxs en la producción y puesta al aire de los programas y el tratamiento de sus demandas y necesidades puso en primer plano la participación de esas audiencias históricamente excluidas.

Por otro lado, como se mencionó previamente, este concurso incorporó un nuevo formato que no había sido contemplado en la Línea 4 2014, la campaña comunitaria. Según el Reglamento aprobado, este formato se caracteriza por

> *abordar temáticas de interés social y comunitario seleccionadas en función de los objetivos de una organización o productora audiovisual según el contexto donde se inserta. Se trata de piezas breves, de 45 segundos, que circulan en forma rotativa por la programación durante un tiempo acotado. Suelen estar desarrolladas en distintas piezas que remiten a la misma temática y guardan un criterio estético y artístico uniforme. Pueden usarse también como disparadores para espacios de formación y capacitación en las respectivas temáticas. Por su formato breve y sintético pueden ser usadas en distintos canales de circulación al mismo tiempo* (Res. 1332/14, Anexo II, Art. 2, pág. 30 y 31).

Para este formato, se sugirieron las mismas temáticas a abordar que para el programa semanal. En ese sentido, el Reglamento planteó que las campañas comunitarias tienen un objetivo educativo, de generación de conciencia o de prevención y toma de posición respecto de temáticas y problemáticas específicas de los territorios donde se insertan las organizaciones o productoras realizadoras. Para concursar con este formato, las productoras debían presentar un resumen general del proyecto, una propuesta estética y narrativa, un guión y un demo, con los mismos requisitos que en líneas anteriores, para un proyecto de campaña con no menos de 10 spots de 45 segundos de duración cada uno, en una frecuencia de emisión variable pero dentro de los 4 meses.

Por último, como sucedió con la mayoría de las líneas, los criterios y requisitos que se mantuvieron respecto de líneas anteriores fueron el de competencia regional; autoría del proyecto, derechos y difusión de proyectos ganadores; firma de convenio, desembolsos, rendiciones de gastos; porcentajes de gastos de capital y corrientes como en otras líneas de

producción radiofónica y material gráfico y separadores con la leyenda "*Este programa ha sido ganador del Concurso FOMECA / PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA / Línea 7 / 2014 / FORMATO SEMANAL O CAMPAÑA COMUNITARIA, un mecanismo de fortalecimiento de la comunicación comunitaria, y subsidiada por la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL con fondos públicos*".

FOMECA Línea 7 2014 en números

Para esta segunda línea del año que convocaba a la producción de contenidos radiofónicos hubo un total de 227 presentaciones, de las cuales 91 resultaron ganadoras del financiamiento, es decir, un 40%. Esta fue la línea del año con mayor cantidad de presentaciones, pero la cuarta en cantidad de dinero otorgado. Tuvo 27 presentaciones más que la anterior línea de producciones radiofónicas, la Línea 4 2014, que fue la segunda del año en número de presentaciones, evidenciando el mayor desarrollo del lenguaje radiofónico dentro del campo de la comunicación comunitaria en comparación con el audiovisual. Por otro lado, se volvió a mostrar en esto la importancia de las productoras como figura legal para las organizaciones comunitarias, alternativas y populares para la posibilidad de acceder a esta política de fomento y, por ende, tener mejores condiciones de participación en el mapa mediático argentino.

De las 227 presentaciones, 69 fueron para la modalidad campaña comunitaria, y 158 para programa semanal. El total de los proyectos presentados sumó $15.749.764,71 de los cuales el Estado debía subsidiar $13.387.300 y las entidades desembolsar $2.362.464,71 en términos de contraparte. Si bien esta línea generó más proyectos que la anterior línea de producción radiofónica, el monto total de la suma de todos los proyectos fue unos $2.000.000 inferior al de aquella.

Sólo 7 presentaciones correspondieron a Comunidades de Pueblos Originarios, 4 de la modalidad programa semanal y 3 de campaña comunitaria. EL NOA, con 4 proyectos, fue la región que más presentaciones generó -3 de Jujuy y 1 de Santiago del Estero-, seguida por la Patagonia con 2 -1 de Río Negro y 1 de La Pampa-, y Cuyo con 1 -Mendoza-. Fueron 5 emisoras y 2 productoras. El resto de las 223 presentaciones las efectuaron entidades sin fines de lucro.

En cuanto a los encuadres legales de las organizaciones que presentaron estos proyectos, hubo 2 presentaciones de licenciatarixs adjudicadxs, 8 de adjudicadxs por artículo 49, 5 de Comunidades de Pueblos Originarios con autorizaciones vigentes, 15 de entidades con Reconocimiento 753, y 197 de productoras. Fueron en total 197 productoras y 30 emisoras. Como se marcó más arriba, si bien la convocatoria estuvo dirigida solo a productoras, pero hubo 30 proyectos presentados por emisoras. De ellas, 9 fueron del Centro Metropolitano, 9 del Centro Norte, 7 del NOA, 3 de la Patagonia y 2 de Cuyo.

En términos regionales, el total de las presentaciones se distribuyó de la siguiente manera: 80 vinieron de entidades del Centro Metropolitano -44 de Buenos Aires y 36 de la CABA-, 50 del Centro Norte -28 de Córdoba y 22 de Santa Fe-, 33 del NOA -15 de Jujuy, 7 de Tucumán, 5 de Santiago del Estero, 4 de Catamarca y 2 de Salta-, 24 de la Patagonia -9 de Río Negro, 3 de La Pampa, 3 de Chubut y 9 de Neuquén-, 21 de Cuyo -16 de Mendoza, 3 de La Rioja y 2 de San Juan-, y 19 del NEA -8 de Misiones, 6 de Chacho y 5 de Entre Ríos-. Alrededor de un 58% de estas presentaciones fueron de las regiones del centro del país, ratificando la centralización que, con matices y distintos grados, se observó durante todas las líneas del año, para los distintos encuadres legales y también los distintos lenguajes, lógica que únicamente quebraron las convocatoria específicas para Comunidades de Pueblos Originarios.

Ya en el análisis de lxs ganadorxs, los 91 proyectos aprobados le significaron al Estado una erogación total de $5.372.300 en términos de subsidios. Si se considera que el gasto máximo establecido por el reglamento para este llamado fue de $5.870.000, alrededor de un 9% de dicho presupuesto no se ejecutó en esta línea. El monto efectivo del subsidio fue $172.300 mayor que el entregado en la Línea 3 2014, que también subsidió las producciones radiofónicas.

De esxs ganadorxs, 5 fueron de Comunidades de Pueblos Originarios, 3 emisoras -2 de Jujuy, 1 de Río Negro- y 2 productoras -1 de La Pampa y 1 de Mendoza-. Esto significó $244.873 en subsidios para el sector. Lxs restantes 86 ganadorxs fueron entidades sin fines de lucro, que recibieron $5.127.427 en subsidios. Esas 86 organizaciones fueron 7 emisoras, y 79 productoras de radio. En cuanto a los encuadres legales, 2 ganadorxs fueron tenedorxs de licencias -1 por artículo 49-, 3 Comunidades de Pueblos Originarios con autorización vigente por artículo 151, 5 entidades con Reconocimiento 753, y 81 productoras.

En en cuanto a la distribución geográfica de lxs ganadorxs, 37 fueron proyectos de entidades del Centro Metropolitano -22 de Buenos Aires y 15 de la CABA -, 16 del Centro Norte - 9 de Córdoba y 7 de Santa Fe-, 14 del NOA -5 de Jujuy, 4 de Tucumán, 2 de Santiago del Estero, 2 de Catamarca y 1 de Salta-, 10 de la Patagonia -4 de Río Negro, 2 de La Pampa, y 4 de Neuquén-, 8 de Cuyo -4 de Mendoza, 3 de La Rioja y 1 de San Juan- y 6 del NEA -3 de Misiones, 2 de Chacho y 1 de Entre Ríos-. La concentración en las regiones del centro que se había verificado en las presentaciones no fue modificada en la distribución de ganadorxs.

3.2.2.h. El FOMECA en 2014

Para finalizar el análisis de este periodo de implementación del FOMECA -el primero de un ejercicio anual completo-, se avanzará en los números totales de los llamados a concurso realizados en 2014. AFSCA entregó durante este año un total de $44.123.047,98 en subsidios para 416 proyectos del sector social y comunitario de la comunicación. Este presupuesto

significó un 830% de incremento respecto del monto ejecutado en 2013, aunque aún no llegaba al 10% de la recaudación del organismo tal como lo estipulaba el artículo 97 inc. f) de la LSCA. En términos de contraparte, las entidades beneficiarias debieron desembolsar $7.783.420,23, lo cual significó un monto total de $51.906.468,21 en inversión en proyectos comunicacionales del sector.

Durante el 2014 se realizaron siete llamados a concurso, en los cuales se registró un total de 826 presentaciones, de las cuales las 416 que resultaron ganadoras representan un 50%. Con respecto al año anterior, hubo un incremento en el número de proyectos generados por el sector del 277%. A continuación, la cantidad de proyectos aprobados y los montos de subsidios entregados por cada línea de financiamiento:

Concurso	Subsidios	Monto total
Línea 1 - Equipamiento para radios	18	$ 2.340.000
Línea 2 - Comunicación con Identidad	20	$1.545.000
Línea 3 - Producciones Audiovisuales	57	$ 5.200.000
Línea 4 - Producciones Radiofónicas	129	$ 11.696.756,98
Línea 5 - Gestión de medios comunitarios	43	$ 6.896.500
Línea 6 - Producciones Audiovisuales	58	$ 11.072.491
Línea 7 - Producciones Radiofónicas	91	$ 5.372.300
TOTAL	**416**	**$44.123.047,98**

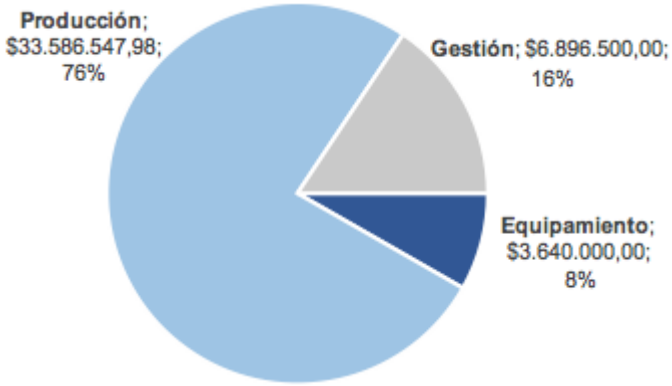
A diferencia del año 2013, en el que se realizaron dos concursos para equipamiento y producción de contenidos, en 2014 el organismo diseñó esta política en base a una serie de distinciones que le permitieron abordar de manera más específica las necesidades de cada actxr del sector. En primer lugar se observa una distinción por tipo de lenguaje, que se materializó en líneas específicas para equipamiento y producción de contenidos radiofónicos y líneas de producción de contenidos audiovisuales, por separado. En segundo lugar, se planteó una distinción por tipo de sujetx beneficiarix, a raíz de la cual surgió la primera convocatoria específica destinada a las Comunidades de Pueblos Originarios y comenzó a distinguirse explícitamente este sujetx de las entidades sin fines de lucro. Por último, se estableció una incipiente diferenciación por tipo de encuadre legal de las organizaciones, que se concretó en la última línea del año, cuya convocatoria fue específica para productoras. Este esquema de especificación de la política se profundizará en 2015 pero ya en 2014 mostró el desarrollo de la relación entre el sector y el Estado quien, a partir de los primeros seis meses de implementación de 2013, y de un mayor conocimiento de las realidades y las necesidades

de las organizaciones, fue diversificando el FOMECA como una herramienta mejor adaptada al universo de medios alternativos, comunitarios y populares existente, para permitir un mayor acceso al financiamiento.

En esta misma dirección, resulta fundamental destacar la incorporación de una línea específica de financiamiento para la gestión de los medios comunitarios, que atendió a una demanda histórica del sector por profesionalizar sus prácticas y mejorar sus condiciones para lograr una mayor incidencia en el sistema comunicacional argentino. Por otro lado, puede decirse que con esta línea específica el Estado buscó subsanar las situaciones de informalidad del sector -informalidad que, como se dijo previamente, era producto de décadas de exclusión por parte del mismo Estado-, y permitir así una mayor capacidad de acceso al conjunto de políticas públicas destinadas a los medios comunitarios. A partir de todo esto se puede interpretar que el organismo pretendió generar mejores condiciones para fortalecer al sector y, con ello, profundizar su desarrollo en particular, y la diversidad y el pluralismo del mapa mediático de nuestro país en general.

A continuación se realizará una descripción del otorgamiento de los subsidios según las modalidades de concurso, los tipos de lenguaje, lxs sujetxs beneficiarixs, los tipos de medios, los encuadres legales de las entidades participantes y su distribución geográfica en el territorio nacional.

Figura 7 - Distribución del subsidio por modalidad



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

De los 416 proyectos ganadores, 18 correspondieron a financiamiento para equipamiento y adecuaciones edilicias de emisoras radiofónicas, lo que significó un monto de $2.340.000. Si a ello le sumamos los 13 proyectos ganadores en la categoría de equipamiento para emisoras de Pueblos Originarios de la línea Comunicación con Identidad, que significaron una erogación de $1.300.000, se puede afirmar que en 2014 AFSCA otorgó un total de 31 subsidios para equipamiento por la suma de $3.640.000. Si se centra el análisis en las categorías de producción, se puede observar que las diferentes líneas de financiamiento arrojaron un total de 342 proyectos ganadores, 7 de los cuales correspondieron a la modalidad de producción de contenidos de la Línea 2 Comunicación con Identidad, lo

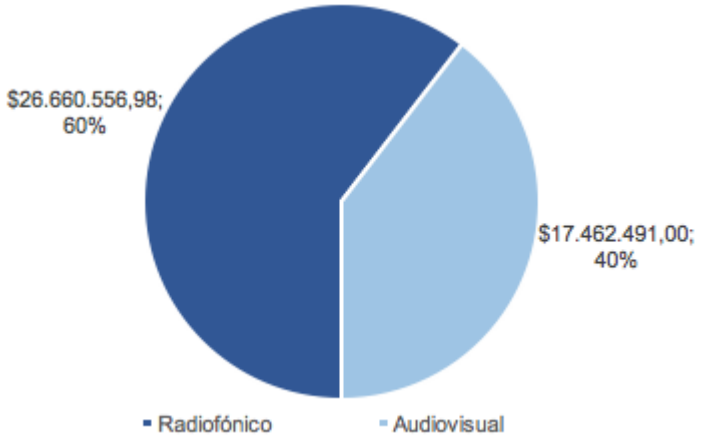
cual significó una erogación total de $33.586.547,98. De ese monto, el 51,5% corresponde a la producción de contenidos radiofónicos, que contó con 227 proyectos ganadores e implicó un subsidio total de $17.314.056,98, y el 48,5% a la producción de contenidos audiovisuales, que contó con 115 proyectos ganadores e implicó un subsidio total de $16.272.491. Por su parte, la Línea 5 Gestión de Medios Comunitarios registró un total de 43 proyectos ganadores por un monto de $6.896.500, lo cual significó el 15,6% de la erogación total del año.

Si se estableciera una jerarquización del total del subsidio entregado por el Estado en este periodo considerando sus diferentes modalidades, los números nos permiten afirmar que la producción de contenidos fue la categoría prioritaria durante el ejercicio 2014 ya que representó un 76,1% del total de los subsidios entregados. A esta categoría le sigue la gestión de medios con el 15,6% mencionado y, por último, la categoría de equipamiento que representó un 8,25% del total de los subsidios. A partir de estos datos puede afirmarse que el Estado priorizó significativamente, durante el periodo 2014, la producción de contenidos por sobre el resto de las categorías. Esto puede entenderse como una continuidad lógica de la distribución de los subsidios por modalidad efectuada en 2013, en la que se priorizó el equipamiento por sobre la producción. En ese sentido se puede afirmar que, en este segundo periodo de implementación del FOMECA, el Estado buscó la consolidación de los medios existentes, que ya se habían equipado en 2013 y siguieron haciéndolo con la Línea 1/2014, a través de financiar la mejora de su gestión pero, principalmente, el desarrollo de producciones de calidad y vinculadas a problemáticas específicas de cada uno de los territorios. Cabe resaltar también que el Estado impulsó que esas producciones no fueran solamente de las emisoras sino que incorporó un actor fundamental para desarrollar los contenidos como fueron las productoras, que tuvieron el objetivo de completar las grillas de programación con producción local.

Si se focaliza el análisis en la distribución de los recursos por tipo de lenguaje, se observa una primacía del lenguaje radiofónico frente al audiovisual. Para el primero hubo 258 proyectos ganadores, y se otorgaron subsidios, que incluyeron equipamiento y producción de contenidos, por un total de $20.954.056,98, lo que representó un 47,5% de los subsidios entregados en 2014. Por su parte, las líneas destinadas al lenguaje audiovisual, que en este año sólo incluyeron producción de contenidos, significaron una erogación total de $16.272.491, que representaron un 36,8% del total de los subsidios del año. Resulta interesante remarcar, a su vez, que en la Línea 5 de Gestión, que representó el 15,6% restante de los subsidios anuales, hubo 35 emisoras de radio ganadoras y 8 emisoras de TV, que suman $5.706.500 para el lenguaje radiofónico y $1.190.000 para el lenguaje audiovisual. Estos números, más allá de cómo el Estado distribuyó los subsidios, dan cuenta de una composición propia del sector social y comunitario de la comunicación, en el cual las radios tuvieron un desarrollo histórico que las posicionó, hasta el momento, como el principal actor.

En la Figura 8 se observan los totales para cada tipo de lenguaje, sumando todas las modalidades.

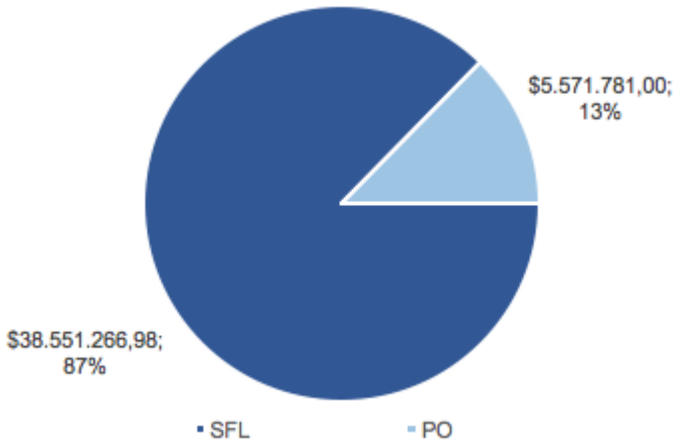
Figura 8 - Distribución del subsidio por tipo de lenguaje



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

En relación a la distribución de ganadorxs por tipo de actor, al igual que en 2013, se sigue evidenciando un claro predominio de las organizaciones sin fines de lucro -364 proyectos por un total de $38.551.266,98- por sobre las Comunidades de Pueblos Originarios -52 proyectos por un total de $5.571.781-. A pesar de que en este periodo el Estado si intervino positivamente reconociendo las características y demandas particulares de las Comunidades de Pueblos Originarios, estos números marcan una composición del universo del sector sin fines de lucro de nuestro país, en el cual este sujeto tiene una posición minoritaria. Aún así, se puede observar un crecimiento del 420% respecto del año 2013 en cantidad de ganadorxs y un incremento del 700% de los montos en subsidios para este actor.

Figura 9 - Distribución del subsidio por tipo de entidad

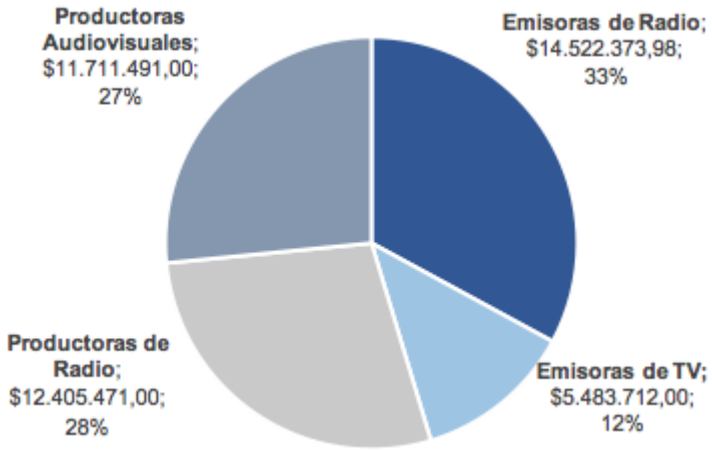


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Si se centra la mirada en los tipos de medios que accedieron al FOMECA en el año 2014, se observa que 149 proyectos ganadores provinieron de emisoras, que recibieron por estos un total de $20.006.085,98. Esto representó un 45,3% de la erogación total anual. De

estos proyectos, 124 correspondieron a emisoras de radio y 25 a emisoras de TV dando cuenta, como se mencionó, previamente del mayor desarrollo del sector radiofónico por sobre el audiovisual. Por su parte, 267 proyectos ganadores provinieron de productoras, que recibieron un total de $24.116.962. Esto representó un 54,7% de la erogación total anual. De estos proyectos, 172 correspondieron a productoras de radio y 95 a productoras audiovisuales.

Figura 10 - Distribución del subsidio por tipo de medio



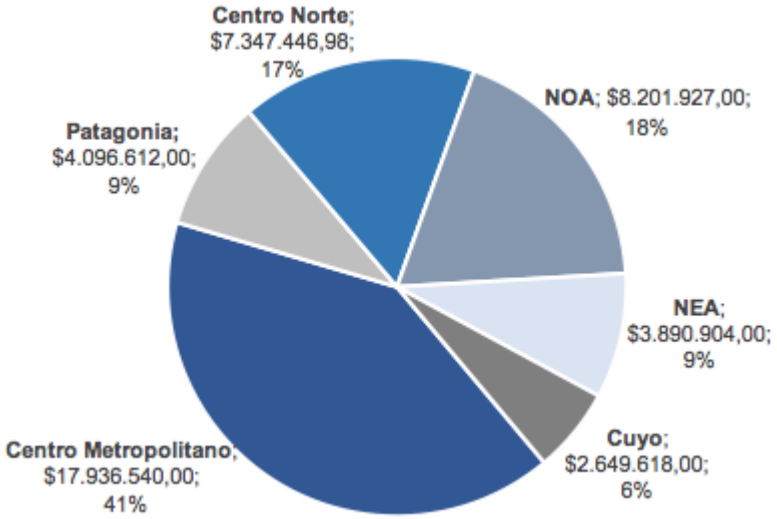
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Con respecto al encuadre legal de las entidades ganadoras de FOMECA, 14 proyectos ganadores provinieron de organizaciones adjudicatarias de licencias, 20 de emisoras con licencias asignadas por Artículo 49, 44 de comunidades de Pueblos Originarios con autorización, 21 emisoras de TV con autorización precaria, 267 productoras y 50 emisoras de radio con Reconocimiento 753. Estos números demuestran la importancia de la incorporación de la productora como figura legal pasible de participar en FOMECA, lo cual permitió a numerosas organizaciones acceder a financiamiento aún cuando no contaban con un reconocimiento legal pleno por parte del Estado como medio comunitario. Estos números permiten tener una “fotografía” del universo de los medios alternativos, comunitarios y populares al año 2014.

La distribución regional de lxs ganadorxs sigue mostrando una concentración en el centro del país. Del total de ganadorxs, 160 provinieron de la región Centro Metropolitano y 76 del Centro Norte. A su vez, el NOA se consolidó como la tercera región en cantidad de ganadores, igualando incluso al Centro Norte con 76 proyectos aprobados. Lo siguió la Patagonia con 42 ganadorxs, el NEA con 38 y Cuyo con 24. En cuanto a la distribución regional de los recursos, el Centro Metropolitano recibió $17.936.540, lo que representó un 40,65% de la erogación total anual. La siguiente región en recibir más recursos fue el NOA con $8.201.927 -un 18,59% del monto total-, seguida por el Centro Norte con $7.347.446,98 -un 16,65% del total-, la Patagonia con $4.096.612 -el 9,28% del total-, el NEA con $3.890.904

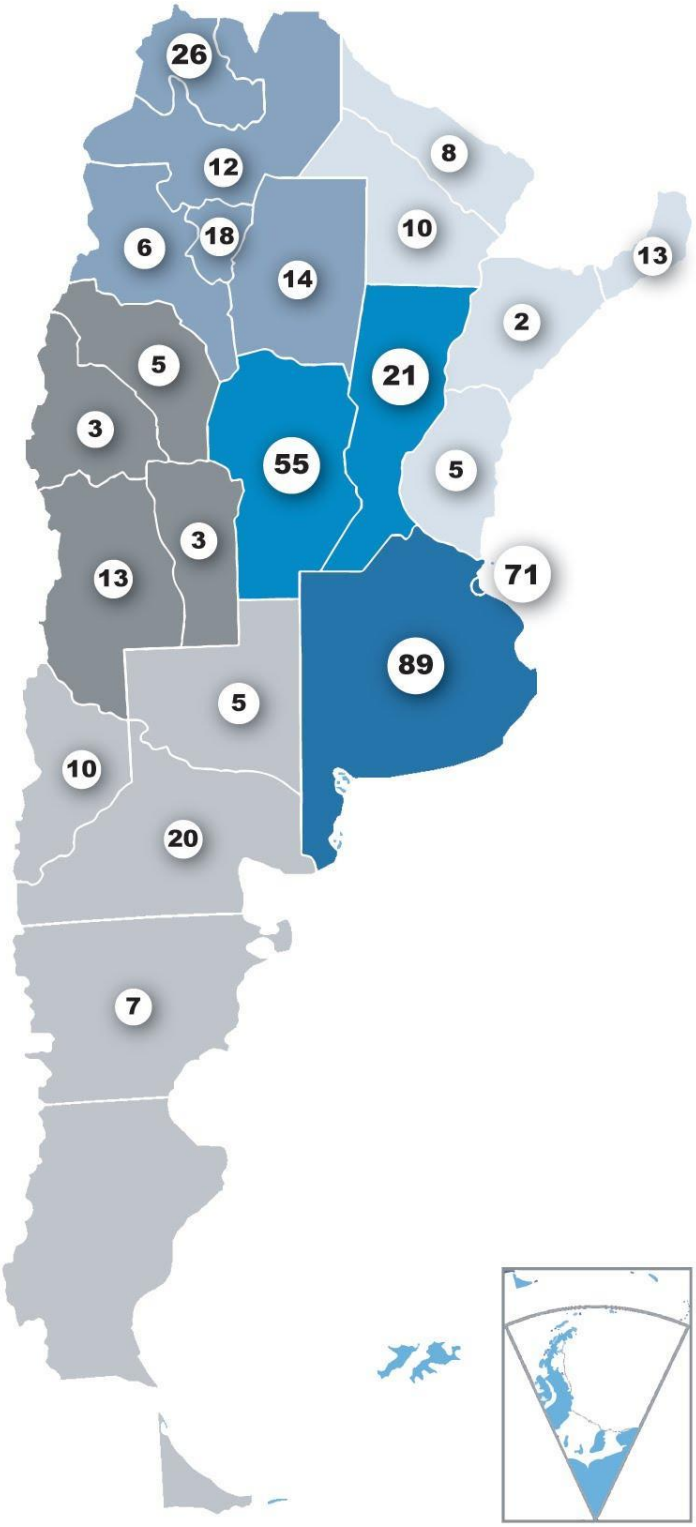
-que representa un 8,82% del total- y Cuyo con $2.649.618 -un 6,01% del total de los subsidio-. Si se suman las dos regiones del centro, encontramos que de ellas provinieron el 60,57% de los proyectos ganadores y que recibieron el 57,3% de los recursos anuales. Esta concentración no es directamente atribuible a la intervención del Estado en la distribución de los recursos sino que responde al desarrollo histórico del sistema mediático argentino, con mayor concentración en los grandes centros urbanos. De hecho, la cláusula de competencia regional incluida en los reglamentos de cada línea del 2014 no planteaba una competencia entre las regiones sino entre los proyectos dentro de una misma región, lo cual buscaba asegurar un mínimo de ganadores de cada área pero sin intervenir directamente en pos de una equiparación entre zonas.

Figura 11 - Distribución de los subsidios por región



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Figura 12 - Distribución provincial de proyectos ganadores



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

3.2.3. FOMECA 2015

3.2.3.a. FOMECA Línea 1 2015: Equipamiento para radios

El día 26 de marzo de 2015, el Directorio de la ex AFSCA aprobó la Resolución 227 que llamaba por primera vez en el año a concurso FOMECA y por tercera vez desde el inicio de la implementación de la política con el objetivo de otorgar subsidios para el equipamiento de radios. Este llamado estuvo destinado a proyectos de $200.000 cada uno, con una erogación de dinero que no podía ser mayor a $4.000.000, correspondientes al Ejercicio 2015 pero con la posibilidad de ser extendido a $10.000.000. Se mantuvieron los objetivos y características de los llamados anteriores, con las mismas disposiciones y obligaciones establecidas por reglamento, con la excepción de dos características fundamentales para pensar el desarrollo de la política pública.

La primera característica novedosa fue que incorporó, por primera vez en los concursos FOMECA, la posibilidad de que participen para obtener subsidios para equipamiento entidades que aún no contaban con una licencia, reconocimiento o autorización vigente. Estas organizaciones, que no se encontraban en un marco de legalidad no por elección sino porque el propio Estado no les había asignado frecuencias ni les había permitido formalizarse, si bien habían podido participar en otros llamados en calidad de productoras de contenido, no habían podido nunca acceder a subsidios para equipamiento. Es por eso que, ante la demanda del sector de una solución por parte del Estado, se creó el *Padrón de Personas Jurídicas sin fines de lucro, prestadoras de servicios de comunicación audiovisual por modulación de frecuencia, en zonas de conflicto y sus áreas de influencia*.

La Resolución aprobada para este concurso afirmó explícitamente:

> *Que resulta necesario que esta Autoridad Federal amplíe el alcance de la Resolución N° 1048-AFSCA/14, incluyendo a las personas jurídicas sin fines de lucro que no cuenten con licencia, reconocimiento, ni autorizaciones en forma precaria de medios de comunicación audiovisual de servicios de radiodifusión sonora y/o servicios de televisión abierta, para la convocatoria a concursos abiertos en todo el territorio nacional en el marco del artículo 97 inciso f) de la Ley 26.522* (Res. 227-AFSCA/15, pág. 3).

Este Padrón había sido creado mediante la Resolución 1478-AFSCA/14 el 18 de diciembre de 2014, luego de que varios llamados a concurso para la adjudicación de licencias de radiodifusión[100], aunque contemplaran la reserva de frecuencias establecida por el artículo 89 inciso f) de la Ley 26.522, excluyeran las denominadas *zonas de conflicto y sus zonas de*

[100] Resoluciones N° 698-AFSCA/12, 1378-AFSCA/12, 493-AFSCA/13, 323-AFSCA/14 y 904-AFSCA/14.

influencia[101]. Se llevó a cabo reconociendo explícitamente la demanda de las redes de emisoras de medidas que *coadyuven a regularizar a las personas jurídicas sin fines de lucro y* considerando

> *Que resulta pertinente la implementación de un monitoreo de dichos servicios a fin de verificar las condiciones de operatividad, a los efectos de valerse de dicha herramienta, para la planificación de futuros llamados a concurso, donde se contemplen a los prestadores de servicios de comunicación comunitarios, que vienen propugnando por el desarrollo y el fortalecimiento de la democracia, a fin de afianzar los principios de diversidad y pluralidad, consagrados en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* (Res. 1478-AFSCA/14, pág. 1 y 2).

Los plazos establecidos para que las organizaciones realizaran el empadronamiento fue desde el 2 de febrero al 6 de marzo de 2015, luego del cual deberían dirigirse a la DPE para presentar la documentación requerida a fines de que se elaborase un informe sobre la modalidad de prestación y, en caso de verificar operatividad, la Dirección les otorgase un número de empadronamiento.

Como resultado de esta política se inscribieron 181 organizaciones que, por lo tanto, estuvieron autorizadas por primera vez a participar de los llamados a concurso de FOMECA

---

[101] Las zonas definidas como *de conflicto* por la Resolución 1478 fueron:

a) Ciudad de Buenos Aires
b) Provincia de Buenos Aires:
   - La ciudad de Mar del Plata y su zona de influencia, que comprende las localidades emplazadas en un radio de 15 km.
   - La zona de influencia de la Ciudad de Buenos Aires, que se extiende en un radio de 100 km.
c) Córdoba:
   - La ciudad de Córdoba y su zona de influencia, que comprende las localidades emplazadas en un radio de 15 km.
d) Entre Ríos:
   - La ciudad de Paraná y su zona de influencia, que comprende las localidades emplazadas en un radio de 15 km.
e) Mendoza:
   - La ciudad de Mendoza y su zona de influencia, que comprende las localidades emplazadas en un radio de 15 km.
f) San Juan:
   - La ciudad de San Juan y su zona de influencia, que comprende las localidades emplazadas en un radio de 15 km.
g) Santa Fe:
   - La ciudad de Santa Fe y su zona de influencia, que comprende las localidades emplazadas en un radio de 15 km.
   - La ciudad de Rosario y su zona de influencia, que comprende las localidades emplazadas en un radio de 15 km.
h) Tucumán:
   - La ciudad de San Miguel de Tucumán y su zona de influencia, que comprende las localidades emplazadas en un radio de 15 km.
i) Salta:
   - La ciudad de Salta y su zona de influencia, que comprende las localidades emplazadas en un radio de 15 km.

para equipamiento y en calidad de emisoras. De ese total de organizaciones 71 finalmente participaron en concursos FOMECA 2015. Resulta interesante resaltar que, de las entidades empadronadas, 28 se presentaron por primera vez, mientras que 43 ya se habían presentado en otros llamados. En ese sentido, podemos afirmar que la política de empadronamiento permitió tanto ampliar el universo de beneficiarixs del FOMECA como avanzar en cierta formalización de las entidades existentes, para acceder a líneas de financiamiento como las de equipamiento para emisoras, antes vedadas para quienes no tuvieran reconocimiento legal. En este sentido, Brenda Daney nos expresó con respecto al impacto de la inclusión de las entidades empadronadas

> *Entonces, cuando no tenías el padrón, ¿qué pasaba? Tenías una radio de 20 años de trayectoria inscripta como productora de contenidos porque no tenía la posibilidad de acceder a una licencia ni a un 753. Se inscribía como productora para concursar en el FOMECA pero no podía participar de las grandes líneas porque las líneas de productoras no eran para equipamiento ni para gestión de medios (…) Empieza a haber una demanda de que tengan algún tipo de reconocimiento, que las diferencie y que puedan concursar en FOMECA más grandes, y así surge el empadronamiento como respuesta a la no realización del plan técnico.*

Como complemento de la incorporación de nuevxs beneficiarixs a la política, la segunda modificación respecto de llamados anteriores a Líneas de Equipamiento para radios fue que la Línea 1 2015 excluyó, por Reglamento, la posibilidad de que participaran los proyectos que ya habían sido ganadores en la Línea 1 2014, es decir que solo admitió la participación de nuevas presentaciones. De esta manera, este llamado concurso intentó garantizar la ampliación completa del universo de beneficiarixs para generar condiciones de mayor igualdad respecto de lxs actorxs más consolidadxs del mapa del sector social y comunitario de la comunicación, que ya habían podido acceder a líneas de financiamiento para esta categoría.

FOMECA Línea 1 2015 en números

Para esta primera línea del año se registraron un total de 50 presentaciones, de las cuales 42 resultaron ganadoras del subsidio. Resulta interesante observar que esta línea tuvo el doble de proyectos presentados que su homóloga del año anterior, incluso con la exclusión planteada de los ganadorxs de aquella.

Solo 2 de esas presentaciones fueron efectuadas por Comunidades de Pueblos Originarios, 1 de Jujuy y 1 de Mendoza, las cuales contaban con autorizaciones vigentes. Las 48 restantes fueron de entidades sin fines de lucro, de las cuales 4 tenían licencias adjudicadas, 1 adjudicación por artículo 49, 2 se presentaron como productoras, 9 tenían

Reconocimiento 753 y 30 se presentaron como empadronadas. Esto marca la importancia de la decisión del organismo de realizar el empadronamiento e incluir a las entidades que se registraron en el mismo dentro del universo de beneficiarixs de estas líneas de financiamiento. Otro elemento que muestra el impacto de esa decisión, es el hecho que 48 de las presentaciones hayan sido efectuadas por emisoras de radio. Este fue, por lejos, el número más alto de emisoras presentándose a una línea en particular desde el inicio de la política, lo cual se explica por el cambio de legalidad que el empadronamiento le permitió a muchas productoras que a partir de su registro pasaron a ser consideradas emisoras por el organismo.

En término regionales, 22 de las presentaciones provinieron de emisoras del Centro Metropolitano -14 de Buenos Aires y 8 de la CABA-, 9 del Centro Norte -2 de Córdoba y 7 de Santa Fe-, 8 del NOA -5 de Tucumán, 2 de Salta y 1 de Jujuy-, 6 de Cuyo -4 de Mendoza y 2 de San Juan- y 3 de la Patagonia -2 de La Pampa y 1 de Neuquén-. El mapa geográfico de las presentaciones lo completan las dos presentaciones de productoras que mencionamos, 1 de Santiago del Estero y 1 de Neuquén.

Ya en el análisis de lxs ganadorxs, los 42 proyectos aprobados significaron al Estado una erogación total de $7.860.839 en términos de subsidios, $1.387.206,88 de desembolso a las organizaciones en concepto de contraparte, y sumaron el total de $9.248045,88 en proyectos comunicacionales del sector. Esto representó un incremento de 234% con respecto al monto total del subsidio de la Línea 1 2014.

Solo 1 proyecto ganador fue de una Comunidad de Pueblos Originarios, lo cual representó $200.000 en subsidios para este sector. Las restantes 41 entidades ganadoras fueron organizaciones sin fines de lucro, que recibieron como sector subsidios por $7.660.839. Los encuadres legales de esas entidades ganadoras fueron: 4 proyectos de adjudicatarixs de licencias, 1 de adjudicatarix por artículo 49, 8 de Reconocimientos 753, y 28 de entidades empadronadas. Todas las entidades ganadoras fueron emisoras de radio.

Regionalmente lxs ganadorxs se distribuyeron de la siguiente manera: 20 del Centro Metropolitano -12 de Buenos Aires y 8 de la CABA-, 8 del Centro Norte -2 de Córdoba y 6 de Santa Fe-, 6 del NOA -3 de tucumán, 2 de Salta y 1 de Jujuy-, 5 de Cuyo -3 de Mendoza y 2 de San Juan- y 2 de la Patagonia -2 de Neuquén-.

3.2.3.b. FOMECA Línea 2 2015: Equipamiento e infraestructura para TV

El día 29 de octubre de 2015, el Directorio de la ex AFSCA aprobó la Resolución 998 que llamaba por última vez en el año a concurso FOMECA y por primera vez desde el inicio de la implementación de la política con el objetivo de otorgar subsidios para el equipamiento e infraestructura para TV. Muchas de las organizaciones que habían obtenido una autorización precaria a fines de 2013 habían logrado finalmente en 2015 acceder a una licencia para la instalación, funcionamiento y explotación de servicios de televisión abierta

digital, para lo cual necesitaban acceder al financiamiento requerido para poner los canales en pleno funcionamiento. Este llamado a concurso estuvo destinado, entonces, a aquellas entidades con autorizaciones precarias adjudicadas por la Res. 03-AFSCA/2009, a Pueblos Originarios con autorización y a adjudicatarias de licencias de TV digital abierta que accedieron al concurso iniciado por la Res. 39-AFSCA/2015[102].

Las organizaciones que pudieron acceder a una licencia de TV digital abierta, luego de funcionar con encuadres legales precarios, y que participaron de esta línea de financiamiento fueron:

Nombre de la organización	Nombre de Fantasía	Provincia	Resolución de adjudicación
Asociación Civil Trabajo Educación y Cultura	Barricada TV	CABA	1092-AFSCA/15
Cooperativa de Trabajo Pares Limitada	Pares TV	Buenos Aires	1097-AFSCA/15
Asociación Civil Centro de Rehabilitación y Capacitación San Martín de Residentes Salteños	URBANA TV	CABA	1098-AFSCA/15
Cooperativa de Trabajo Construcción y Progreso LTDA		Formosa	913-AFSCA/15

Este concurso estuvo destinado a proyectos de hasta $700.000 para licenciatarixs y de hasta $1.300.000 para licenciatarixs operadorxs, con una erogación de dinero que no podía ser mayor a $11.000.000, correspondientes al Ejercicio 2015. Este concurso tuvo los mismos objetivos y características que llamados anteriores para equipamiento, con las mismas disposiciones y obligaciones establecidas por reglamento.

FOMECA Línea 2 2015 en números

Para esta última línea del año y primera para equipamiento para tv se registraron un total de 12 presentaciones, 5 para la modalidad Licenciatarix Operadorx y 7 para Licenciatarix Autorizadx. De las mismas, 9 resultaron ganadoras del subsidio, 3 para la modalidad Licenciatarix Operadorx y 6 para Licenciatarix Autorizadx. Resulta interesante observar que, de las 3 presentaciones que fueron excluidas del subsidio, una de ellas era un segundo proyecto presentado por Barricada TV, que resultó ganadora de un subsidio en la categoría de Licenciatarix Operadrx, y las dos restantes de organizaciones que no se ajustaban a los requerimientos para participar de la línea de financiamiento: una era una productora de

[102] Disponible en https://www.enacom.gob.ar/multimedia/resoluciones-afsca-comfer/pecfr/2015/R20150039.pdf.

contenidos -Cooperativa de Trabajo Productora de las Misiones- y otro un canal de TV por cable -Cooperativa de Provisión de Servicios Públicos de Tortuguitas LTDA.

De los proyectos ganadores, sólo 1 fue efectuado por Comunidades de Pueblos Originarios con autorización, y provino de la Región Patagonia, de la provincia de Río Negro. Los 8 restantes fueron de entidades sin fines de lucro, de las cuales 4 ya contaban con licencias adjudicadas y 4 aún contaban con autorizaciones precarias. Puede afirmarse a partir de esto que, si bien este concurso se abrió hacia fines del año 2015 luego de que las organizaciones obtuvieran su licencia de TV, no se excluyó por esto a las autorizadas precarias. La política tuvo como objetivo central mejorar los marcos de legalidad y la calidad de las transmisiones de lxs beneficiarixs del FOMECA.

Los 9 proyectos aprobados significaron al Estado una erogación total de $7.438.594 en términos de subsidios, $1.312.693,06 de desembolso a las organizaciones en concepto de contraparte, y sumaron el total de $8.751.287,06 en proyectos comunicacionales del sector. Como se mencionó previamente, solo 1 proyecto fue de una Comunidad de Pueblos Originarios, lo cual representó $700.000 en subsidios para este sector. Las restantes 8 entidades ganadoras fueron organizaciones sin fines de lucro, que recibieron como sector subsidios por $6.738.594.

Regionalmente lxs ganadorxs se distribuyeron de la siguiente manera: 5 del Centro Metropolitano -2 de Buenos Aires y 3 de la CABA-; 1 del Centro Norte, de Córdoba; 1 del NEA, de Formosa; 1 del NOA, de Tucuman y 1 de la Patagonia, de Río Negro. En este concurso, Cuyo no contó con ganadorxs. Esta distribución evidenció una mayor concentración en la región metropolitana de las televisoras alternativas, comunitarias y populares, propia de la constitución del sistema mediático de nuestro país y su desarrollo histórico, pero también un intento del organismo por desarrollar emisoras provenientes de otras regiones del país.

En función de lo que había sido dispuesto por el Reglamento del concurso, se destinaron 3 subsidios para Licenciatarixs Operadorxs por un total de $3.300.000 y 6 para Licenciatarixs Autorizadxs por $4.138.594, lo que significó casi un 68% de la erogación máxima dispuesta para la Línea 2/2015.

3.2.3.c. FOMECA Línea 3 2015: Comunicación con identidad

El día 26 de marzo de 2015, el Directorio de la ex AFSCA también aprobó la Resolución 228 que llamaba al segundo concurso FOMECA destinado exclusivamente a los Pueblos Originarios que contaran con autorización vigente. El nombre de línea volvió a ser *Comunicación con Identidad* y se mantuvieron las dos modalidades implementadas la línea predecesora de 2014: equipamiento para radios y producciones radiofónicas. A diferencia de esa línea anterior, la 3 2015 no estableció un máximo de proyectos ganadores, y amplió los montos de los subsidios de $100.000 a $200.000 para la modalidad de equipamiento, y de

$35.000 a $80.000 para la modalidad de producción. La Resolución amplió también el límite de gasto total del concurso, que no podía exceder el $1.960.000, correspondientes a la partida de presupuesto del Ejercicio 2015 -en 2014 había sido un máximo de $1.560.000-. El artículo 6, por su parte, autorizaba al Presidente del Directorio a ampliar la convocatoria hasta la suma de $3.000.000.

Al igual que otras líneas de financiamiento abiertas previamente, los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles fueron definidos con una serie de criterios y rubros a cubrir. En relación a los porcentajes de la composición del plan de inversión, como lo venía siendo en otras líneas, el subsidio fue del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad: $35.295 en caso de recibir el subsidio máximo, sino proporcionar a lo otorgado. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión de $235.295 o proporcional al subsidio recibido. Del monto de subsidio para la modalidad de equipamiento, el 80% debía ser utilizado exclusivamente para gastos de capital, tal como otras líneas de equipamiento, continuando la inducción a la capitalización que el FOMECA planteó a las organizaciones. La distribución del monto de subsidio para la modalidad de producción se mantenía como en 2014, 20% para gastos de capital y el 80% para gastos corrientes, de los cuales el 60% debía utilizarse en recursos humanos y el 20% en gastos de producción.

El cronograma del llamado se estableció con una duración de un año, de los cuales el plazo de implementación del proyecto no debía exceder los ocho meses. El resto de los requisitos, pautas y obligaciones establecidas por el reglamento se mantuvieron iguales a las del reglamento homónimo de 2014, salvo un elemento fundamental referido a los postulantes. Esta convocatoria excluyó a las comunidades de Pueblos Originarios que hubiesen resultado ganadoras de la línea 2 2014 Comunicación con Identidad. De esta manera, el organismo se aseguraba que los proyectos ganadores correspondiesen a comunidades que no se habían beneficiado con ese subsidio del año anterior, extendiendo el alcance de la política. Por otro lado, el significativo incremento en el monto de los subsidios a las producciones radiofónicas para los mismos formatos marcan una mayor transferencia de recursos al sector para el desarrollo del mismo formato de programas.

FOMECA Línea 3 2015 en números

Para esta segunda línea del año hubo un total de 15 presentaciones, de las cuales 12 resultaron ganadoras del financiamiento. Que haya habido casi la mitad tanto de presentaciones como de ganadorxs con respecto a la misma línea del año anterior, a raíz de la exclusión de lxs ganadorxs de aquella, revela en algún punto que, a diferencia de las entidades sin fines de lucro, el desarrollo de las Comunidades de Pueblos Originarios para acceder a esta política fue más paulatino. También volvió a ratificarse en este sector la primacía de las presentaciones para equipamiento por sobre las de producción. Se registraron

11 presentaciones para la primera categoría y solo 4 para la segunda. En total, los proyectos sumaron el monto de $2.884.705,88, de los cuales el Estado debería subsidiar $2.452.000 y las organizaciones aportar $432.705,88 en concepto de contraparte. Si se considera la posibilidad establecida por el reglamento para el Presidente del Directorio de ampliar el presupuesto de esta línea hasta los $3.000.000, puede decirse que la oferta del Estado volvió a superar la demanda de las organizaciones del sector luego de numerosas convocatorias en que se observó la dinámica inversa. Todas las presentaciones correspondieron a emisoras de radio con autorización vigente para Comunidades de Pueblos Originarios.

En términos regionales, 11 presentaciones provinieron de comunidades del NOA, marcando nuevamente la gran hegemonía de esta región en cuanto a la participación de este sector en la política. De esas 11, 5 fueron de la provincia de Jujuy, 4 de Santiago del Estero, 1 de Tucumán y 1 de Salta. Completaron el mapa 2 presentaciones de Neuquén, 1 de Misiones y 1 de Córdoba.

Ya en el análisis de lxs ganadorxs, los 12 proyectos aprobados significaron para el Estado una erogación total de $1.852.000, correspondiente a poco más del 60% del monto máximo que había estipulado el reglamento. El NOA tuvo 10 de los 12 ganadorxs, es decir el 85%. Fueron 5 proyectos de Jujuy, 3 de Santiago del Estero, 1 de Tucumán, y 1 de Salta. Lxs otrxs dos ganadorxs fueron los proyectos de la provincia de Neuquén.

3.2.3.d. FOMECA Línea 4 2015: Gestión de medios comunitarios primera presentación

El día 26 de marzo de 2015, el Directorio de la ex AFSCA aprobó también la Resolución 229 que llamaba a concurso FOMECA por segunda vez desde el inicio de la implementación de la política con el objetivo de otorgar subsidios para *gestión de medios*. Lo que había sido una demanda del sector convertida en política pública por el organismo por primera vez en la Línea 5 2014, se consolidaba como un derecho adquirido mostrando que su implementación por parte del organismo no había sido una decisión pasajera, sino más bien que se fortalecía y profundizaba la relación entre el sector y el Estado, que recogía sus necesidades y las traducía en respuestas estables.

Este llamado estuvo dirigido, como su predecesor del 2014, a las entidades sin fines de lucro y de Pueblos Originarios con licencia, reconocimiento o autorización para emitir, según correspondiera, y aquellas entidades autorizadas de forma precaria en el marco de lo establecido por la Res. 009-AFSCA/09. Pero, como novedad, se incorporó también a las entidades empadronadas en los términos del artículo 4° de la la Resolución N° 1478-AFSCA/2014, ampliando de esta manera el universo posible de destinatarixs del subsidio. Por otro lado, se excluyó como postulantes a las entidades que hubiesen resultado ganadoras del llamado de la Línea 5 2014 *gestión de medios comunitarios*, continuando así la lógica de

líneas anteriores de este año en las que se buscaba ampliar el universo de organizaciones que ganaran el subsidio limitando a las que ya habían sido beneficiadas.

El monto del subsidio por proyecto podía ascender hasta los $280.000, y la erogación total del llamado no podía superar los $4.200.000 correspondientes a la partida presupuestaria del ejercicio 2015. Como en llamados anteriores, se estableció también la autorización al Presidente del Directorio para la ampliación de dicho monto hasta los $10.000.000 en caso que aumentase la partida presupuestaria. Los porcentajes de la composición del plan de inversión estableció, como lo venía siendo en otras líneas, el subsidio del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad, $49.411 en caso de recibir el subsidio máximo. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión de $329.411 o proporcional al subsidio recibido. El destino de los fondos del subsidio se mantuvo igual que en la anterior línea de gestión: 15% para gastos de capital, y 85% para gastos corrientes.

El cronograma de implementación del fondo contempló un período de un año y cuatro meses desde el inicio del concurso a la rendición final y evaluación del proyecto, con doce meses de plazo para la ejecución del proyecto. El resto de las pautas, requisitos y obligaciones establecidas por el reglamento -presentaciones, competencia y distribución regional, criterios de evaluación, autoría del proyecto, derechos y difusión de proyectos ganadores, firma de convenio, desembolsos y rendiciones de gastos, etc.- se mantuvieron como en el reglamento de la Línea 5 2014.

FOMECA Línea 4 2015 en números

Para esta cuarta línea del año hubo un total de 20 presentaciones, de las cuales 16 resultaron ganadoras del financiamiento. Comparada con la primera línea de gestión de medios convocada en 2014, en esta se registraron menos de la mitad de presentaciones y lxs ganadorxs resultaron casi un tercio de lxs de aquella. Puede inferirse que la exclusión a lxs ganadorxs anteriores y el llamado exclusivo a entidades con licencias, autorizaciones o reconocimientos recortó significativamente el universo de organizaciones con posibilidad de acceder al financiamiento. Por otro lado, la incorporación de las empadronadas por primera vez en este llamado tampoco parece haber tenido una incidencia importante, ya que se registraron solo 6 presentaciones bajo ese encuadre legal.

Las comunidades de Pueblos Originarios tuvieron, proporcionalmente a otras convocatorias, una mayor participación en este llamado, presentando 5 de los 20 proyectos. Los mismos vinieron 4 de la provincia de Jujuy y 1 de Buenos Aires. Todos pertenecieron a emisoras de radio con autorización vigente por artículo 151 de la LSCA. Las restantes 15 presentaciones las efectuaron organizaciones sin fines de lucro de Buenos Aires (4), la CABA (4), Córdoba (2), Salta (2), Mendoza (1), Santiago del Estero (1) y Formosa (1). De estas

entidades, 1 era adjudicataria de licencia, 1 poseía adjudicación por artículo 49, 4 se presentaron como productoras -estos fueron los 4 proyectos que no fueron aprobados por no corresponder a los requisitos de la convocatoria-, y 6 fueron empadronadas. Si bien esta figura fue la que más presentaciones permitió, no significó una diferencia destacable con respecto al resto ni cuantitativamente en términos individuales.

Los 16 proyectos ganadorxs le significaron al Estado una erogación total de $4.199.200, a las organizaciones un desembolso de $741.035,29 en concepto de contraparte, y sumaron un total de $4.940.235,29 en proyectos comunicacionales del sector. Los 16 provinieron de emisoras de radio, de las cuales 5 fueron de Comunidades de Pueblos Originarios con autorizaciones vigentes. Esto significó $1.348.700 en subsidios para el sector. Por su parte, las entidades sin fines de lucro tuvieron 11 proyectos aprobados, lo que les reportó $2.850.500 en subsidios. En términos regionales, 8 de los proyectos aprobados fueron de la región Centro Metropolitano -5 de Buenos Aires y 3 de la CABA-, 6 del NOA -4 de Jujuy y 2 de Salta-, 1 de Cuyo -Mendoza-, y 1 del NEA -Formosa-.

Por último, si se considera que la erogación máxima, permitida en el reglamento por la posibilidad de ampliación conferida al Presidente del Directorio, era de $10.000.000, el monto efectivo total que se otorgó a las organizaciones resultó menos del 50% de esa cantidad.

3.2.3.e. FOMECA Línea 5 2015: Gestión de medios comunitarios segunda presentación

El día 23 de julio de 2015, el Directorio de la ex AFSCA aprobó la Resolución 620 que llamaba a concurso FOMECA por segunda vez en el año y por tercera vez desde el inicio de la implementación de la política con el objetivo de otorgar subsidios para *gestión de medios*. Nuevamente se confirmaba la orientación del Estado en el fortalecimiento de esta modalidad de subsidio tan necesaria y requerida por el sector de los sin fines de lucro. En este llamado quedaron excluidos de participar lxs sujetxs que resultaron ganadorxs del llamado anterior para subsidios en gestión de medios, es decir, la Línea 4 2015. De esta manera, podían volver a ser beneficiarixs lxs ganadorxs de la línea de gestión 2014, que habían sido excluidxs en el primer llamado de esta modalidad del año.

> *en 2015 se largaron dos líneas de gestión, una para todos aquellos que en 2014 no hubieran participado, o sea nuevos actores. Y otra para aquellos que habían participado en 2014 y querían continuar el proceso de gestión iniciado previamente. Incluso se pensó eso, una de nuevos actores, más chiquita, en la que participaron menos y otra donde los cuarenta y pico que habían ganado en 2014 se volvían a presentar para hacer la continuación de 2015. Porque la idea era esa: que la organización que lograron sea sostenible en el tiempo y no solo sostenible económicamente. Creo que fue ese el espíritu de FOMECA de gestión* (B. Daney, comunicación personal, 13 de julio de 2018).

Más allá de esta modificación sustancial, no hubo muchos cambios con respecto a los reglamentos de las anteriores anteriores líneas de gestión.

El monto del subsidio por proyecto podía ascender hasta los $340.000, y la erogación total del llamado no podía superar los $11.000.000 correspondientes a la partida presupuestaria del ejercicio 2015. A diferencia de otros llamados, esta vez se estableció directamente un gasto máximo más elevado para el concurso, pero no se habilitó al Presidente del Directorio a ampliar el mismo. Los porcentajes de la composición del plan de inversión fueron los mismos: el subsidio del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad, $60.000 en caso de recibir el subsidio máximo. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión de $400.000 o proporcional al subsidio recibido. El destino de los fondos del subsidio se mantuvo igual que en las anteriores líneas de gestión: 15% para gastos de capital, y 85% para gastos corrientes.

El cronograma de implementación del fondo contempló un período de un año y cuatro meses desde el inicio del concurso a la rendición final y evaluación del proyecto, con doce meses de plazo para la ejecución del proyecto. El resto de las pautas, requisitos y obligaciones establecidas por el reglamento se mantuvieron como en el reglamento de las Líneas 5 2014 y 4 2015.

FOMECA Línea 5 2015 en números

Para esta segunda línea del año que convocaba a proyectos para subsidiar la gestión de medios comunitarios, hubo un total de 47 presentaciones, de las cuales 36 resultaron ganadoras del financiamiento. Comparada con la primera línea de gestión de medios del año, se duplicaron las presentaciones y lxs ganadorxs. A su vez, los números fueron muy similares a los de la línea de gestión convocada en 2014, que había registrado 46 presentaciones y 43 ganadorxs. Esto tiene sentido con el hecho de que se volviera a habilitar la participación de lxs ganadorxs de esa línea de 2014. El total de todos los proyectos sumó $16.964.318,85, de los cuales el Estado debería subsidiar $14.419.671,02 y las organizaciones desembolsar $2.544.647,83. A diferencia de la línea 4 2015, en este caso sí la demanda del sector superó el monto máximo que el organismo había estipulado para el subsidio.

Hubo 7 presentaciones de Comunidades de Pueblos Originarios, 4 de Jujuy, 1 de Buenos Aires, 1 de Santiago del Estero y 1 de Río Negro. Todas estas entidades contaban con autorizaciones vigentes por artículo 151 de la LSCA. Las 40 presentaciones restantes las realizaron organizaciones sin fines de lucro, y lo hicieron bajo los siguientes encuadres legales: licencia adjudicada (2), licencia adjudicada por artículo 49 (4), adjudicación precaria (7), reconocimiento 753 (11) y empadronamiento (14). En cuanto al tipo de medio, 38 presentaciones fueron de emisoras de radio, y 8 de emisoras de TV.

Con respecto a la distribución regional, las presentaciones se dividieron de la siguiente manera: 21 provinieron de entidades del Centro Metropolitano -12 de la CABA y 9 de Buenos Aires-, 11 del Centro Norte -7 de Santa Fe, 4 de Córdoba-, 7 del NOA -5 de Jujuy, 2 de Santiago del Estero-, 4 de Cuyo -3 de Mendoza y 1 de San Juan-, 2 de la Patagonia -ambas de Río Negro-, y 2 del NEA -ambas de Formosa-.

Ya en el análisis de lxs ganadorxs, los 36 proyectos ganadores le significaron al Estado una erogación de $10.625.382,79, contra los $11.000.000 que se habían establecido como máximo para esta convocatoria. Con respecto a la primera línea que subsidió la gestión de medios, la Línea 5 2014, este monto significó un 54% de aumento del presupuesto ejecutado. Y con respecto a la línea 4 2015, el aumento fue de más del 153%.

Las Comunidades de Pueblos Originarios tuvieron solo 2 proyectos aprobados, 1 de Jujuy y 1 de Río Negro, por lo cual recibieron, como sector, $635.800 en subsidios. Los 34 proyectos ganadores restantes los aportaron entidades sin fines de lucro, por los cuales el sector recibió $9.989.582,79 en subsidios. Los encuadres legales de los proyectos ganadores fueron: 2 bajo la figura de adjudicatarixs de licencias, 4 de licencia adjudicada por artículo 49, 7 con adjudicación precaria, 10 con reconocimiento 753, 10 con empadronamiento, y 2 con autorizaciones para Comunidades de Pueblos Originarios. Las 8 presentaciones de emisoras de TV ganaron el subsidio, y de las 38 presentaciones de emisoras de radio 28 resultaron ganadoras.

Por último, en términos regionales, lxs ganadorxs se distribuyeron de la siguiente manera: 17 del Centro Metropolitano -11 de la CABA y 6 de Buenos Aires-, 10 del Centro Norte -6 de Santa Fe, 4 de Córdoba-, 3 del NOA -2 de Jujuy, 1 de Santiago del Estero-, 3 de Cuyo -2 de Mendoza y 1 de San Juan-, 2 de la Patagonia -ambas de Río Negro-, y 1 del NEA -Formosa-.

3.2.3.f. FOMECA Línea 6 2015: Producción de contenidos radiofónicos para emisoras

El día 26 de marzo de 2015, el Directorio de la ex AFSCA aprobó también la Resolución 230 que llamaba a concurso FOMECA para producción radiofónica. En esta oportunidad, lxs beneficiarixs del concurso fueron emisoras sin fines de lucro con licencia o reconocimiento, Pueblos Originarios autorizados, y se incluyó también a las entidades empadronadas en los términos del artículo 4° de la la Resolución N° 1478-AFSCA/2014, ampliando de esta manera el universo posible de destinatarixs del subsidio. Por otro lado, otra característica de profundización de la política que marca este reglamento es la distinción por tipo de encuadre legal, que se da por primera vez desde la incorporación de las productoras. Hasta este llamado, las convocatorias para producciones radiofónicas venían incluyendo a todo el universo de radios indiscriminadamente. A partir de este año, a la especialización de las líneas por tipo de lenguaje que se había implementado en 2014, se le suma la especialización por

encuadre legal, lo que dará como resultado convocatorias específicas para cada tipo de medio y cada lenguaje. En la Línea 7 2014 se había convocado específicamente a productoras, pero en lo efectivo se terminó permitiendo la participación de emisoras. Así, la Línea 7 2015, inmediatamente posterior a esta, convocó a la producción de contenidos radiofónicos pero fue exclusiva para productoras. Esto puede interpretarse como una profundización de la capacidad de respuesta por parte del Estado a las necesidades específicas de las organizaciones del sector, que ahora pasaban a ser reconocidas cada una con sus particularidades.

Esta línea de financiamiento dispuso una erogación total de $7.850.000 correspondientes al Ejercicio 2015, con la posibilidad de ser ampliada a $13.000.000 por el Presidente del Directorio en caso que se incrementase la partida presupuestaria. El financiamiento estaba destinado a los mismos tres formatos de proyectos radiofónicos que en la Línea 4 2014: montos de hasta $80.000 para programas semanales, hasta $160.000 para programas diarios y hasta $150.000 para servicios informativos. El cronograma de implementación, desde el inicio del concurso a la rendición del subsidio, volvió a ser de 1 año y 7 meses.

Respecto a los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles, los requisitos se mantuvieron como en la Línea 4 2014. Para todos los formatos, el subsidio fue del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad, no menor a $14.118 para los programas semanales, no menor a $28.236 para los programas diarios y no menor a $26.470 para los servicios informativos. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión no menor a $94.118, $188.236 y $176.470, respectivamente. En relación a los gastos permitidos y excluidos del subsidio y la contraparte, los criterios se mantuvieron respecto a la línea predecesora de 2014, siendo los porcentajes: 20% en gastos de capital y 80% en gastos corrientes -60% en recursos humanos y 20% en gastos de producción-.

Un elemento interesante a considerar de esta segunda línea de fomento a la producción de contenidos radiofónicos para emisoras es que no planteó exclusiones con respecto a lxs ganadrxs de la misma categoría de 2014. A diferencia de los establecido, por ejemplo, por las líneas de gestión, las emisoras ganadoras de la Línea 4 2014 podían volver a concursar y ganar subsidios, incluso cuando aún no se había cumplido el plazo de ejecución de los proyectos de 2014. La Línea 4 2014 fue aprobada el 28 de mayo de ese año y estableció un plazo total de implementación de 1 año y 7 meses, por lo que al momento de efectuarse el presente llamado dichos presupuestos podían estar en plena ejecución. La no exclusión de ganadorxs anteriores, en esta categoría de producción, permite una comparación con líneas de financiamiento para gastos más estructurales, como los de gestión o equipamiento e infraestructura, que sí plantearon exclusiones entre ganadorxs de una línea a otra. Resulta notorio que para el organismo la producción no resultase una categoría en la cual establecer

limitaciones, y puede inferirse de ello la decisión de fomentarla en todas sus posibilidades, perspectiva que se ve abonada si se considera también que el monto máximo al que podía extenderse la erogación de la línea es uno de los más altos entre todos los concursos del año.

El resto de las pautas, requisitos y obligaciones, temáticas y técnicas, establecidas por el reglamento se mantuvieron como en el reglamento de la Línea 4 2014.

FOMECA Línea 6 2015 en números

Para esta primera línea del año que llamaba a la producción de contenidos radiofónicos para emisoras, hubo un total de 45 presentaciones, de las cuales 34 resultaron ganadoras del financiamiento. De esas 45, 16 correspondieron a la modalidad Programa Semanal, 18 a la modalidad Programa Diario y 11 a la modalidad Servicio Informativo. Entre todas las categorías, sumaron presentaciones por un total de $6.832.422,35 de los cuales el Estado debía subsidiar $5.807.559, y las organizaciones desembolsar $1.024.863,35 en concepto de contraparte. Si se considera que la erogación total de la línea no podía superar los $7.850.000 con la posibilidad de ser ampliado por el Presidente del Directorio hasta los $13.000.000, puede observarse que en este caso, a diferencia de lo que sucedió en 2014 con las dos líneas que convocaron a este tipo de producciones, la demanda del sector resultó significativamente menor al el monto de subsidio establecido por el Estado. Es necesario tener en cuenta también que este llamado fue exclusivo para emisoras y salió a a la par de otro exclusivo para productoras, pero aún así, comparándolos con los de la Línea 4 2014 que también convocó a la producción de contenidos radiofónicos, se observa que en aquella hubo 71 presentaciones de emisoras contra las 45 de esta línea. Resulta llamativo que, aún con la incorporación de las empadronadas, figura a partir de la cual ahora las productoras que se hubieran registrado en el empadronamiento podían presentarse como emisoras, el número de presentaciones de esta línea haya sido significativamente menor que la del año anterior.

Las comunidades de Pueblos Originarios generaron solo 6 presentaciones para este llamado, 2 para cada modalidad, provenientes de organizaciones de Jujuy (4), Chaco (1) y Buenos Aires (1). Las 6 contaban con autorización vigente para Comunidades de Pueblo Originarios. Las restantes 39 presentaciones las efectuaron entidades sin fines de lucro, con la siguiente distribución por encuadres legales: adjudicadas, 6 presentaciones; adjudicadas por artículo 49, 2 presentaciones; productoras, 4 presentaciones que no ganaron el subsidio por estar excluidas del llamado; Reconocimiento 753, 24 presentaciones; empadronamiento, 3 presentaciones. Es interesante observar en este desagregado de los encuadres legales la primacía que el Reconocimiento 753 siguió manteniendo dentro de las emisoras de radio como figura para el acceso a la política pública, incluso con la incorporación del empadronamiento. Esto quizás encuentre una explicación en el corto período transcurrido desde el llamado al empadronamiento y esta convocatoria ya que, como se verá más

adelante, en otras líneas específicas para emisoras del año 2015 las presentaciones de empadronadas superaron por mucho a los demás encuadres legales, aunque también intervinieron otras variables como la modalidad de la línea, las exclusiones de ganadorxs de líneas anteriores, etc.

En términos regionales, 17 presentaciones fueron de organizaciones del Centro Metropolitano -12 de Buenos Aires, 5 de la CABA-, 11 del Centro Norte -9 de Córdoba y 2 de Santa Fe-, 6 del NOA -4 de Jujuy, 1 de Tucumán y 1 de Salta-, 5 del NEA -4 de Formosa y 1 del Chaco-, 3 de Cuyo -2 de San Juan y 1 de Mendoza-, y 3 de la Patagonia -2 de La Pampa y 1 de Río Negro-. Nuevamente se observa la concentración de las emisoras en las regiones del centro, que sumaron casi 60% del total de las presentaciones.

Ya en el análisis de lxs ganadorxs, los 34 proyectos aprobados sumaron un total de $5.432.422,35, le significaron al Estado una erogación total de $4.617.559, y a las organizaciones un desembolso de $814.863,35 en concepto de contraparte. Si se considera que el monto del subsidio podía ampliarse hasta los $13.000.000, la ejecución final resultó alrededor del 36% de esa suma. En cuanto a las modalidades, 9 proyectos ganadores correspondieron a la modalidad Programa Semanal, 15 a la modalidad Programa Diario y 10 a la modalidad Servicio Informativo.

Las Comunidades de Pueblos Originarios tuvieron 5 proyectos ganadores, 4 de Jujuy y 1 de Buenos Aires, lo que representó $620.000 en subsidios para el sector. Por su parte, las entidades sin fines de lucro recibieron $3.997.559 en subsidios por sus 29 proyectos que resultaron aprobados. De los mismos, 4 fueron presentados por entidades con licencia adjudicada, 2 por entidades con licencia adjudicada por artículo 49, y 22 por entidades con Reconocimiento 753, y 1 por una empadronada.

Los proyectos ganadores se distribuyeron regionalmente de la siguiente manera: 13 del Centro Metropolitano -8 de Buenos Aires, 5 de la CABA-, 8 del Centro Norte -6 de Córdoba y 2 de Santa Fe-, 6 del NOA -4 de Jujuy, 1 de Tucumán y 1 de Salta-, 4 del NEA -todos de Formosa-, 1 de Cuyo -de Mendoza- y 3 de la Patagonia -2 de La Pampa y 1 de Río Negro-.

3.2.3.g. FOMECA Línea 7 2015: Producción de contenidos radiofónicos para productoras

El día 26 de marzo de 2015, a la par que se aprobaba la Línea 6 2015 de producción radiofónica para emisoras, el Directorio de la ex AFSCA aprobó también la Resolución 231 que llamaba a concurso FOMECA para producción radiofónica para productoras. Esto mostró una vez más la voluntad de expandir la política y el universo de beneficiarixs por parte del Estado, y cómo la relación entre este y el sector de los sin fines de lucro se consolidaba en el diseño y la implementación de políticas públicas. Quedaron excluidas de esta presentación las emisoras con licencia, autorización, reconocimiento o entidades empadronadas en los términos del artículo 4° de la la Resolución N° 1478-AFSCA/2014.

Esta línea de financiamiento dispuso una erogación total de $5.450.000 correspondientes al Ejercicio 2015, con la posibilidad de ser ampliada a $7.000.000 por el Presidente del Directorio en caso que se incrementase la partida presupuestaria. Se mantuvieron los formatos de la Línea 7 2014: montos de hasta $80.000 para programas semanales, al igual que la Línea 6 2015, y hasta $45.000 para producir campañas comunitarias. Esto implicaba un desembolso en términos de contraparte de $14.118 para los programas semanales, y de $7.941 para las campañas comunitarias, sobre proyectos por un total de $94.118 en el primer caso y de $52.941 en el segundo. En relación a los gastos permitidos y excluidos del subsidio y la contraparte, los criterios se mantuvieron respecto a la línea predecesora de 2014, siendo los porcentajes: 20% en gastos de capital y 80% en gastos corrientes -60% en recursos humanos y 20% en gastos de producción-.

El cronograma de implementación dispuesto para cada concurso fue de 10 meses para programas semanales -8 meses de ejecución para las entidades- y de 13 meses para las campañas comunitarias -6 meses de ejecución para las entidades, al igual que la Línea 7 2014-. El resto de las pautas, requisitos y obligaciones, temáticas y técnicas, establecidas por el reglamento se mantuvieron como en el reglamento de la Línea 7 2014.

FOMECA Línea 7 2015 en números

Para esta línea de producción de contenidos radiofónicos para productoras, hubo un total de 82 presentaciones, de las cuales 67 resultaron ganadoras del financiamiento. De esas 82, 62 correspondieron a la modalidad Programa Semanal y 20 a la modalidad Campaña Comunitaria. Entre ambas categorías, sumaron presentaciones por un total de $6.780.345,88 de los cuales el Estado debería subsidiar $5.763.294, y las organizaciones deberían desembolsar $1.017.051,88 en concepto de contraparte. Si se considera que la erogación total de la línea no podía superar los $5.450.000 con la posibilidad de ser ampliado por el Presidente del Directorio hasta los $7.000.000, puede observarse que en este caso, a diferencia de lo que sucedió en la Línea 6 2015 con las emisoras, la demanda de las productoras resultó mayor y casi alcanzó el monto máximo de subsidio establecido por el Estado. Esto permite la reflexión sobre por qué el subsidio establecido para las productoras fue casi la mitad de lo que había sido planteado para las emisoras en la línea anterior -$13.000.000-, ya que desde su inclusión como actorxs pasibles de ser beneficiarias del FOMECA, las productoras demostraron un dinamismo para la producción de contenidos considerablemente mayor al de las emisoras, al menos en cantidad de presentaciones. Por otro lado, si se comparan estos números con las dos líneas de producción de contenidos radiofónicos de 2014, se observa que el número de presentaciones fue significativamente mayor en aquellas que la 7 2015. La Línea 4 2014 tuvo 126 presentaciones de productoras, y

la Línea 7 2014 197 presentaciones. Para este llamado no hubo presentaciones de Comunidades de Pueblos Originarios.

En términos regionales, 32 presentaciones fueron de organizaciones del Centro Metropolitano -17 de Buenos Aires, 15 de la CABA-, 16 del Centro Norte -7 de Córdoba y 9 de Santa Fe-, 10 del NOA -3 de Jujuy, 4 de Tucumán, 2 de Santiago del Estero y 1 de Salta-, 10 de la Patagonia -4 de Río Negro, 3 de Neuquén, 1 de La Pampa, 1 de Santa Cruz, 1 de Chubut-, 9 del NEA -2 de Formosa, 2 del Chaco, 2 de Entre Ríos, 2 de Misiones, y 1 de Corrientes-, y 5 de Cuyo -3 de San Juan y 2 de Mendoza-. Nuevamente se observa la concentración de las productoras en las regiones del centro, que sumaron casi 60% del total de las presentaciones.

Ya en el análisis de lxs ganadorxs, los 67 proyectos aprobados sumaron un total de $5.450.934,12, le significaron al Estado una erogación total de $4.633.294, y a las organizaciones un desembolso de $817.340,12 en concepto de contraparte. Si se considera que el monto del subsidio podía ampliarse hasta los $7.000.000, la ejecución final resultó alrededor del 66% de esa suma. En cuanto a las modalidades, 49 proyectos ganadores correspondieron a la modalidad Programa Semanal, 18 a la modalidad Campaña Comunitaria.

Los proyectos ganadores se distribuyeron regionalmente de la siguiente manera: 27 fueron de organizaciones del Centro Metropolitano -13 de Buenos Aires, 14 de la CABA-, 13 del Centro Norte -6 de Córdoba y 7 de Santa Fe-, 9 del NOA -3 de Jujuy, 4 de Tucumán, 1 de Santiago del Estero y 1 de Salta-, 8 de la Patagonia -3 de Río Negro, 3 de Neuquén, 1 de La Pampa, 1 de Chubut-, 7 del NEA -2 de Formosa, 2 de Entre Ríos, 2 de Misiones, y 1 de Corrientes -, y 3 de Cuyo - 2 de San Juan y 1 de Mendoza-.

3.2.3.h. FOMECA Línea 8 2015: Producción de contenidos audiovisuales para productoras

El día 26 de marzo de 2015 el Directorio de la ex AFSCA aprobó también la Resolución 232 a través de la cual se llamó a concurso FOMECA para producción audiovisual, por primera vez en el año. Lxs destinatarixs de esta convocatoria fueron las personas jurídicas sin fines de lucro o comunidades de Pueblos Originarios inscriptas en el Registro Público de Señales y Productoras, quedando excluidas las personas sin fines de lucro con autorizaciones precarias por Resolución N°003-AFSCA/09, las entidades empadronadas por la Resolución N°1478-AFSCA/2014 y las comunidades de Pueblos Originarios que contaran con autorización. Es interesante notar que, al igual que en otras líneas de producción de contenidos, no se plantearon exclusiones a ganadorxs de líneas anteriores, incluso cuando los plazos de ejecución de los proyectos aún estuvieran vigentes.

Esta convocatoria estuvo dividida en tres formatos diferentes y no cuatro como su antecesora 2014. El organismo sostuvo las categorías de spot, microprograma y programa semanal, pero no mantuvo la de programa informativo diario, que sería incluído en la convocatoria para

televisoras. Los montos del subsidio se establecieron para cada formato: $50.000 para la producción de spots, $170.000 para la producción de microprogramas, y $600.000 para programa semanal.

Esta línea de financiamiento dispuso una erogación total de $10.800.000 correspondientes al Ejercicio 2015, con la posibilidad de ser ampliada por el Presidente del Directorio hasta los $14.000.000 en caso que se ampliasen las partidas presupuestarias. Respecto a los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles, los requisitos se mantuvieron como en la Línea 6 2014. Para todos los formatos, el subsidio fue del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad, no menor a $8.823 para los spots, no menor a $30.000 para los microprogramas y no menor a $105.882 para los programas semanales. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión no menor a $58.823, $200.000 y $705.882, respectivamente. En relación a los gastos permitidos y excluidos del subsidio y la contraparte, los criterios se modificaron respecto a la línea predecesora de 2014, siendo los nuevos porcentajes: 20% en gastos de capital y 80% en gastos corrientes -recursos humanos, gastos de producción y otros gastos corrientes-.

El cronograma de implementación también se modificó, reduciendo los tiempos a doce meses desde el inicio del concurso hasta la rendición del subsidio, con nueve meses de plazo para la ejecución de los proyectos para los programas semanales, y ocho meses para la implementación de los proyectos para las modalidades de spot y microprogramas. El resto de las pautas, requisitos y obligaciones, temáticas y técnicas, establecidas por el reglamento se mantuvieron como en el reglamento de la Línea 6 2014.

FOMECA Línea 8 2015 en números

Para esta primera línea del año que convocaba a la producción de contenidos audiovisuales para productoras, hubo un total de 201 presentaciones, de las cuales 76 resultaron ganadoras del financiamiento, es decir, un 38%. De esas 201, 65 correspondieron a la modalidad Programa Semanal, 97 a la modalidad Microprograma, y 39 a la modalidad Spot. Entre todas las categorías, sumaron presentaciones por un total de $67.303.282,35 de los cuales el Estado debería subsidiar $57.207.790, y las organizaciones deberían desembolsar $10.095.492,35 en concepto de contraparte. Si se considera que la erogación total de la línea no podía superar los $10.800.000 con la posibilidad de ser ampliado por el Presidente del Directorio hasta los $14.000.000, puede afirmarse también que fue la línea en la cual el monto del total de los proyectos, es decir la demanda del sector, superó por más cantidad de dinero al máximo estipulado por el Estado, un 308% aproximadamente. Nuevamente quedó expuesta la capacidad de las productoras, en este caso particularmente las del campo audiovisual, para la generación de proyectos, utilización de recursos y producción de contenidos.

Las Comunidades de Pueblos Originarios aportaron sólo 2 proyectos en esta convocatoria, a través de una productora de Mendoza y otra de Río Negro. De esto se puede inferir que el lenguaje audiovisual siguió siendo un campo menos accesible el radiofónico para este sector en particular.

La distribución regional de las presentaciones dejó el siguiente mapa: 75 provinieron de organizaciones del Centro Metropolitano -42 de Buenos Aires y 33 de la CABA-, 40 del Centro Norte -24 de Córdoba y 16 de Santa Fe-, 39 del NOA -9 de Jujuy, 9 de Santiago del Estero, 8 de Salta, 8 de Catamarca, y 5 de Tucumán-, 18 del NEA -11 de Misiones, 4 de Corrientes, 1 de Chaco, 1 de Corrientes y 1 de Entre Ríos-, 17 de la Patagonia -7 de Río Negro, 5 de Neuquén, 4 de La Pampa, 1 de Chubut- y 12 de Cuyo -8 de Mendoza, 2 de San Luis y 2 de La Rioja-. Independientemente del hecho que la concentración de las presentaciones en las regiones del centro se ratificó en esta convocatoria, con las dos regiones sumando un 50% de los proyectos y solo el Centro Metropolitano con alrededor del 37%, es interesante ver la capacidad de todas las regiones para generar un número considerable de proyectos.

Los 76 proyectos ganadores sumaron un total de $16.291.517,65 de los cuales le correspondía al Estado subsidiar $13.847.790, y a las entidades un desembolso de $2.443.727,65. Se ejecutó de esta manera casi la integralidad del monto máximo establecido por el reglamento.

En cuanto a la distribución geográfica de esxs ganadorxs, no hubo una diferencia significativa para con el mapa de las presentaciones, a partir de lo lo cual puede decirse que la intervención del organismo para distribución de los recursos no contrapesó esa tendencia impuesta por la propia participación de las organizaciones. Más bien puede decirse que se profundizó, ya que los 34 proyectos aprobados de la región Centro Metropolitano -22 de Buenos Aires y 12 de CABA- y los 12 del Centro Norte -6 de Córdoba y 6 de Santa Fe- significaron un 60% del total de lxs ganadorxs. El conjunto de aprobaciones se completa con 11 proyectos del NOA -3 de Salta, 3 de Tucumán, 2 de Catamarca, 2 de Santiago del Estero y 1 de Jujuy-, 10 de la Patagonia -4 de Río Negro, 3 de Neuquén, 2 de La Pampa, 1 de Chubut-, 6 del NEA -2 de Misiones, 2 de Corrientes, 1 del Chaco y 1 de Entre Ríos-, y 3 de Cuyo -2 de Mendoza y 1 de San Luis-.

3.2.3.i. FOMECA Línea 9 2015: Producción de contenidos audiovisuales para Emisoras TV

El día 29 de octubre de 2015 el Directorio de la ex AFSCA aprobó también la Resolución 997 a través de la cual se llamó a concurso FOMECA para producción audiovisual, por tercera vez en el año. Esta vez, lxs destinatarixs de la convocatoria fueron las personas sin fines de lucro que contaran con autorizaciones precarias por Resolución N°003-AFSCA/09, las comunidades de Pueblos Originarios autorizadas, y las personas sin fines de lucro adjudicatarias de una licencia para la prestación de servicios de televisión digital según la

Resolución N°30-AFSCA/2015. Fue la primera vez desde la implementación del FOMECA que estxs últimos sujetxs aparecían como beneficiarixs de esta política. Hasta entonces no se habían entregado licencias a emisoras de TV, que por su parte habían iniciado las gestiones para conseguirlas varios años atrás. No es objeto del presente trabajo analizar los motivos de los plazos que tomó dicho proceso, pero sí puede afirmarse que, en materia de fomento, inmediatamente después de acceder al encuadre legal en cuestión las emisoras fueron incluídas entre lxs receptorxs de los subsidios bajo esa nueva categoría. Por su parte, las comunidades autorizadas de Pueblos Originarios ya habían sido beneficiarias en líneas anteriores, y las emisoras que ahora se presentaban como licenciatarias podrían haberlo hecho en esas líneas anteriores tanto bajo la figura de productoras como bajo la de autorización precaria. Se puede decir entonces, que la incorporación de las licenciatarias no amplió el universo de posibles beneficiarixs sino más bien que se ajustó al nuevo encuadre legal de algunas entidades.

El único formato para el que se abrió esta línea fue el de Programa Informativo Diario definido de la siguiente manera por el reglamento

> *El programa informativo diario es una producción seriada de un formato que debe ser producido y emitido de forma diaria, y ocupar una pantalla durante DOCE (12) meses. Lo que define el programa es que tiene una duración de 15 minutos, es diario, de corte periodístico y contiene información de actualidad. Puede ser un noticiero clásico sobre información general, o sobre algún área particular (Deportes, Cultura, etc.) Puede ser grabado o en vivo, en un estudio o piso, a su vez puede incluir o no entrevistas, informes, móviles (Res. 997/15, p. 9).*

Los proyectos debían contar 264 capítulos, y se debían presentar a través de una sinopsis general, una sinopsis de todos los capítulos, guiones o rutinas, una propuesta estética y hasta 5 imágenes de referencia. De esto puede observarse una clara relación entre el tipo de entidad beneficiaria y el formato de la producción beneficiada, ya que las emisoras eran tal vez las únicas capacitadas para generar un contenido tan amplio y constante, y que sólo se fomentara ese formato marca como el Estado buscó que las organizaciones se comprometieran con producciones de esa relevancia.

Esta línea de financiamiento dispuso una erogación total de $15.000.000 correspondientes al Ejercicio 2015, sin la posibilidad de ser ampliada por el Presidente del Directorio. Respecto a los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles, los requisitos se mantuvieron como en las Líneas de producción audiovisual. El subsidio fue del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad. El monto de subsidio por proyecto podía ascender hasta los $1.300.000, lo cual suponía una contraparte no menor a $229.412 y un plan de inversión no menor a $1.529.412. En relación a los gastos permitidos y excluidos del subsidio y la

contraparte, el 30% debía destinarse a gastos de capital -insumos y equipamientos- y el 70% en gastos corrientes -recursos humanos, gastos de producción y otros gastos corrientes-.

El cronograma de implementación estableció un plazo total de trece meses y medio desde el inicio del concurso hasta la rendición final y evaluación del proyecto, con doce meses de plazo para la ejecución de los proyectos. El resto de las pautas, requisitos y obligaciones, temáticas y técnicas, establecidas por el reglamento se mantuvieron como en el reglamento de las otras líneas de producción audiovisual.

FOMECA Línea 9 2015 en números

Para esta primera línea específica para las emisoras de TV, se registraron 9 presentaciones y todas fueron beneficiarias del subsidio. Esos 9 proyectos sumaron un total de $13.764.470,59, de los cuales el Estado subsidió $11.699.800 y las organizaciones debieron desembolsar $2.064.670,59 en concepto de contraparte. De las 9 entidades, 7 se presentaron bajo el encuadre legal de la autorización precaria. Las otras dos fueron 1 adjudicataria de licencia, la Cooperativa de Trabajo, Construcción y Progreso Limitada, de Formosa, y 1 Comunidad de Pueblos Originarios con autorización, la Comunidad Lof Che Buenuelo de Bariloche. Las otras entidades ganadoras fueron 3 de la CABA, 2 de Buenos Aires, 1 de Córdoba, 1 de Tucumán y 1 de Formosa.

3.2.3.j. FOMECA Línea 10 2015: Redes

El día 9 de septiembre de 2015, el Directorio de AFSCA aprobó la Resolución 788 que llamaba por primera vez desde el comienzo de su implementación a concurso FOMECA con el objetivo de otorgar subsidios para el apoyo y la conformación de redes de entidades prestadoras de servicios de comunicación audiovisual, de Pueblos Originarios y productoras. El organismo lo hizo considerando que el trabajo colaborativo implicaría la transferencia de conocimiento y experiencias entre las entidades miembrxs, la construcción de objetivos comunes, la generación de economías de escala y un incremento en el impacto en las comunidades.

Según el reglamento aprobado, el objetivo de esta convocatoria fue

> *por un lado, promover la vinculación entre los diferentes actores sociales de la comunidad a través de la creación de producciones audiovisuales colectivas, constitución de redes de programación entre sí, en cumplimiento de los artículos 62 a 64 de la Ley N°26.522, diseño de spots para campañas comunitarias, permitiendo un enfoque federal en la realización e intercambio de esos productos y por otro promover las necesidades de información y comunicación social de las comunidades en que los medios estén instalados, a través de la realización de talleres de capacitación, formación y encuentros entre los miembros de la RED*

que cuenten o no con personería jurídica como tal para intercambiar capacitaciones sobre las distintas experiencias y funcionamiento de las mismas, debiendo desarrollar a tal fin un software específico para la gestión de las emisoras y realización de sus producciones, enlaces, comunicaciones, investigaciones, y demás actividades entre los miembros de la red (Res. 788/15, p. 08),

Para presentarse a concurso, las redes con o sin personería jurídica como tales debían presentar un proyecto que contenga el plan de actividades a realizar además de uno o más productos que fuesen el resultado de esas acciones conjuntas. Esos productos podían ser:

1. *coproducciones; servicios informativos para la red;*
2. *innovaciones en productos que sustituyan importaciones;*
3. *innovaciones en procesos e innovaciones organizacionales;*
4. *investigaciones de audiencias e investigaciones en tendencias; coberturas conjuntas de eventos locales, regionales, nacionales e internacionales.*

Por otro lado, el proyecto debía contener también todas las actividades, productos y servicios que puedan ser diseñados, realizados y utilizados por los miembros de la red en participante del concurso.

Según el reglamento aprobado, una red es una asociación de emisoras y/o productoras de entidades sin fines de lucro o comunidades de Pueblos Originarios que pueden tener alcance nacional, regional o local, según dónde se encuentren ubicadas geográficamente las entidades y no según el alcance de su emisión o producción de contenidos. Las redes podían contar o no con personería jurídica como tal y, en caso de no tenerla, debían presentar un convenio firmado por todas las entidades, con una de ellas asumiendo las responsabilidades y funciones de Entidad Administradora encargada de la administración de los fondos y ejecución del Proyecto.

Este llamado a concurso contó con tres modalidades diferentes, según el alcance geográfico de la red y la cantidad de participantes. Las ***redes nacionales***, que obligatoriamente tenían que tener personería jurídica como tales para acceder a esta modalidad, no podían tener menos de 20 entidades participantes, provenientes de 10 provincias diferentes o más, y podían concursar por proyectos desde $800.000. Se incrementaba el monto del subsidio a $40.000 más por cada entidad que superara el número de 20, hasta un máximo de $1.600.00. Por otro lado, las ***redes regionales***, que podían tener o no personería jurídica como tal, debían estar compuestas por no menos de 10 entidades asociadas, de 3 provincias diferentes o más, y podían concursar por proyectos desde $400.000, que se incrementaban también en $40.000 por cada entidad que superara las diez, hasta un monto máximo de $600.000. Por último, las ***redes locales***, que podían o no tener una personería jurídica como tal, debían estar compuestas por no menos de 3 emisoras o productoras en un espacio territorial socioculturalmente definido (por ejemplo Cuyo, Comarca

Andina, etc.) y podían acceder a subsidios desde $200.000, incrementándose en el mismo monto por cada entidad que superara lxs 3 miembrxs, hasta un monto máximo de $320.000. La erogación máxima para este concurso fue, por reglamento, de $9.000.000 correspondientes al Ejercicio 2015.

Es necesario resaltar que, a partir de este llamado a concurso, el Estado se hizo eco de una de las estrategias más importantes de los medios alternativos, comunitarios y populares de organización. En su desarrollo histórico, el sector había considerado la conformación de redes una de las herramientas fundamentales para consolidar la organización y fortalecer la correlación de fuerzas que les permitiera avanzar en sus demandas frente al Estado, históricamente aliado a los sectores concentrados y comerciales.

Al igual que otras líneas de financiamiento, el proyecto estaba compuesto por un 85% subsidiado por el Estado y por un 15% que debía desembolsar, en este caso la red, en calidad de contraparte. Los gastos posibles de realizar con el dinero del subsidio fueron gastos de capital en un 20% y gastos corrientes, que incluían honorarios profesionales, viáticos, alquiler de equipamiento para capacitaciones, participación en encuentros regionales de medios comunitarios, participación en premios, etc., en un 80%. Los gastos posibles de realizar con el dinero de la contraparte fueron los mismos que en otros concursos. El cronograma de concurso estableció plazos de un año aproximadamente y 9 meses de ejecución de los proyectos para lxs beneficiarixs.

Los requisitos para la presentación de proyectos, ajustados en este caso a las redes, las instancias y criterios de evaluación por parte del Comité, firma de convenio, desembolsos, rendiciones de cuentas, obligaciones de beneficiarixs y artículos en torno a la difusión de los proyectos ganadores fueron las mismas que en otros concursos.

FOMECA Línea 10 2015 en números

Para esta línea de financiamiento, se registraron un total de 38 presentaciones: 31 para la modalidad de Redes Locales, 5 para la de Redes Regionales y 2 para la de Redes Nacionales. De las mismas, 28 resultaron ganadoras del subsidio, lo cual significó una erogación de $8.953.054.

La modalidad de Redes Locales registró 23 ganadorxs, lo cual representa el 82,14% del total de ganadorxs del concurso. Estos proyectos recibieron subsidios por un monto de $5.436.073, un 60,71% del total de los destinados para esta línea de financiamiento. La modalidad de Redes Regionales, por su parte, contó con 4 proyectos ganadores -el 14,28% de lxs ganadorxs totales- por un monto de $1.919.368, un 21,43% del total del subsidio. Por último, la modalidad de Redes Nacionales, la única que exigía tener personería jurídica como tal, contó con un único proyecto ganador: FARCO, el cual representó un 3,57% del total de proyectos. Este recibió un subsidio por $1.597.613, el 17,84% del total destinado para esta

línea. Resulta fundamental resaltar el hecho de que haya sido la modalidad Local la que haya registrado la mayor cantidad de presentaciones ya que da cuenta de un fuerte arraigo territorial local de las organizaciones en sus comunidades, de sus prácticas comunicacionales cotidianas y de sus articulaciones.

De los proyectos ganadores, sólo 1 fue efectuado por Comunidades de Pueblos Originarios, el único de toda la Línea 10, para la modalidad de Redes Locales, por un monto de $274.375. El mismo provino de la Región NOA, de la provincia de Santiago del Estero. Los 27 proyectos restantes, por su parte, fueron otorgados a organizaciones sin fines de lucro por un monto total de $8.678.679. De estas entidades, 1 era una emisora que contaba con una licencia adjudicada, que participó en la Modalidad de Redes Locales; 3 contaban con Reconocimiento 753 vigente (2 de la Modalidad de Redes Locales y 1 de Redes Regionales) y 3 eran empadronadas (todas ganadoras de la Modalidad de Redes Locales). Por su parte, 20 proyectos eran de productoras, que se distribuyeron de la siguiente manera: 16 ganaron proyectos de la Modalidad de Redes Locales, 3 de Redes Regionales y 1 de Redes Nacionales. Los números revelan que, a partir de la Línea 10 de financiamiento, se llevó a cabo un importante proceso de organización y trabajo colaborativo entre productoras, que habían sido el actor más novedoso del universo de beneficiarixs.

Si se centra el análisis en los tipos de medios que accedieron al subsidio, se observa que 8 fueron emisoras de radio, el 28,57% del total de ganadorxs de la línea, por un total de $1.953.999, lo cual representó el 21,82% del subsidio total otorgado. De esas 8, 7 ganaron la modalidad de Redes Locales y 1 Redes Regionales. Por otro lado, 13 proyectos seleccionados fueron productoras de radio, un 46,42% del total, por un monto de $5.375.490, lo cual representó un 60,04% de la erogación destinada a está línea de financiamiento. De todas ellas, 9 participaron en la modalidad de Redes Locales, 3 de Redes Regionales y 1 Red Nacional. Por último, 7 proyectos ganadores fueron productoras audiovisuales, un 25% del total de proyectos, y recibieron $1.623.565 en subsidios, que representaron un 18,13% del monto total entregado por el concurso. Cabe destacar que todas estas productoras participaron de la modalidad de Redes Locales, lo cual revela que la incipiente organización del sector y, en particular, de este actor, se dio en el plano local.

Si se analiza, por otro lado, la distribución regional de los proyectos ganadores, se encuentra que 11 -un 39,28%- provinieron del Centro Metropolitano. De esas 11, 8 participaron en la modalidad de Redes Locales -4 de Buenos Aires y 4 de CABA-, 2 de Redes Regionales -2 de CABA- y 1 Red Nacional -también de CABA-. En segundo lugar, se observa que 7 proyectos -un 25%- provinieron del NOA, de los cuales 6 participaron en la modalidad de Redes Locales -2 de Jujuy, 3 de Tucumán y 1 de Santiago del Estero- y 1 de Redes Regionales, de Jujuy. En tercer lugar, 3 proyectos -un 10,71%- vinieron del Centro Norte, de Córdoba y todos participaron de la modalidad Local. Luego viene la Patagonia, que aportó 3

proyectos ganadores -el 10,71%-, todos de Río Negro y también participantes de la modalidad Local. Por último el NEA y Cuyo con 2 ganadores cada una, representaron el 7,14% de los ganadores respectivamente. De los ganadores del NEA, 1 provino de Misiones y participó de la modalidad Local, mientras que el otro provino de Corrientes y participó de la modalidad Regional. Por su parte, ambos ganadores de Cuyo participaron de la modalidad Local y provinieron de Mendoza.

3.2.3.k. FOMECA Línea 11 2015: Emergencias en Emisoras

El día 26 de marzo de 2015, dentro del primer llamado del año en el que se convocó un importante número de FOMECAs con gran amplitud de líneas, el Directorio de AFSCA también aprobó la Resolución 233 por la cual convocaba la Línea 11 2015 de apoyo de emergencia para emisoras de radio y TV. Esta línea representó una incorporación por parte del organismo de una necesidad muy específica de los medios del sector sin fines de lucro, marcando una vez más la apertura Estado a las particularidades delx sujetx beneficiarix de la política.

La línea surgió de la profundización de la relación entre el organismo y el sector, a partir de la cual se pudo identificar como una dificultad existente, sobre todo en emisoras ubicados en territorios alejados de las grandes ciudades, la interrupción de transmisiones producto del daño que fenómenos naturales producían en sus equipos. Así quedó expresado en los considerandos de la línea

> *Que los fenómenos naturales de diversa índole pueden afectar el funcionamiento de los servicios de comunicación audiovisual.*
>
> *Que en ocasiones han sido interrumpidas las transmisiones de los servicios de comunicación audiovisual hasta tanto logran obtener fondos necesarios para reparar o reponer, parte o la totalidad del equipo dañado, a fin de proseguir con su actividad de interés público.*
>
> *Que en el cumplimiento de los objetivos señalados, resulta necesario tomar medidas tendientes a morigerar las consecuencias de los mencionados fenómenos naturales en zonas declaradas de desastre nacional, provincial o municipal (Res. 233/2015, p. 3).*
>
> Así, el reglamento de la línea definió como objetivo de la misma
>
> *Atender necesidades de los servicios de comunicación audiovisual que estén bajo titularidad de Personas Jurídicas sin Fines de Lucro o Comunidades de Pueblos Originarios ante situaciones de emergencia relacionadas con fenómenos naturales de diversa índole que afecten el funcionamiento de los servicios de comunicación audiovisual (Res. 233/2015, p. 6).*

La línea contó con dos modalidades, Emisoras de radio y Emisoras de TV. Las entidades pasibles de ser beneficiarias definidas por el reglamento para la modalidad Emisoras de radio

fueron las personas sin fines de lucro con licencia, reconocimiento vigente o empadronadas por la Resolución N°1478-AFSCA/14, y las comunidades de Pueblos Originarios con autorización vigente. En cuanto a la modalidad Emisoras de TV, se definieron como posibles beneficiarias a las personas jurídicas sin fines de lucro con autorización precaria por la Resolución N°003-AFSCA/09 y las comunidades de Pueblos Originarios con autorización vigente. Cabe destacar aquí que para el momento en que se efectuó este llamado aún no habían finalizado los procesos de otorgamiento de licencias para televisoras, razón por la cual no se incluyeron licenciatarias entre lxs posibles beneficiarixs de esa modalidad. Dicho encuadre legal de las televisoras será incluido a partir de la Línea 2 2105, convocada el 29 de octubre de ese año, cuando ya se habían adjudicado licencias.

Dentro de los requisitos para concursar por estos FOMECA, se incluyeron a los establecidos para la generalidad de las líneas algunos que tenían que ver con la demostración del daño sufrido y a repara. Las entidades debían presentar, junto con el resto de los papeles, fotografías que ilustraran el daño causado a las instalaciones y/o equipamiento, un certificado de damnificado o constancia de sujeto afectado extendido por autoridad competente y alguna documentación respaldatoria que probase los daños ocurridos y/o la imposibilidad de la regularidad del servicio.

Esta línea de financiamiento dispuso una erogación total de $1.000.000 correspondientes al Ejercicio 2015, con la posibilidad de ser ampliada a $1.300.000 por el Presidente del Directorio en caso que se incrementase la partida presupuestaria. Los montos máximos por proyecto se establecieron en $200.000 para la modalidad Emisoras de radio, y $300.000 para la modalidad Emisoras de TV. Al igual que otras líneas de financiamiento abiertas previamente, los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles fueron definidos con una serie de criterios y rubros a cubrir. En relación a los porcentajes de la composición del plan de inversión, como lo venía siendo en otras líneas, el subsidio fue del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad: $35.294 para las emisoras de radio y $52.941 para las emisoras de TV, en caso de recibir el subsidio máximo, sino proporcionar a lo otorgado. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión de $235.294 para la modalidad Emisoras de radio, y de $ $352.941 para la modalidad Emisoras de TV, o proporcional al subsidio recibido. Del monto de subsidio, el 80% debía ser utilizado exclusivamente para gastos de capital, comprendiendo aquí equipamiento tecnológico equivalente al dañado y reparaciones edilicias, y el 20% restante en gastos corrientes. Los gastos excluidos fueron los mismos que en las demás líneas.

Otro punto distintivo y particular de esta línea, que demuestra especial atención a las necesidades del sector que la generaron, fue su cronograma de implementación. Se llamó a convocatoria en el primer llamado del año, junto con las demás líneas, pero se la dejó abierta durante todo el año permitiendo que las entidades solicitasen el subsidio en cualquier

momento, lo cual tiene lógica para una línea de apoyo a emergencias. Una vez presentado el proyecto, el organismo anunciaría si el mismo resultaba ganador o no a los 60 días corridos de la fecha de presentación, y otorgaría el subsidio en un solo desembolso a los 30 días corridos del momento del anuncio de ganadorxs. La rendición del desembolso y la evaluación del proyecto tenían un plazo de hasta 90 días corridos después del desembolso del subsidio, lo que completaba un plazo de ejecución del proyecto de no más de 4 meses.

El comité de evaluación del proyecto se compondría de la misma forma que en otras líneas, pero se agregó un criterio de evaluación de los proyectos, la *verificación de las causas de la emergencia y el daño generado*, a la cual se le otorgó la valoración más alta de entre todos los criterios junto con la *evaluación económica de la inversión*

El resto de los requisitos, pautas y obligaciones establecidas por el reglamento se mantuvieron iguales a las de la generalidad de las líneas.

FOMECA Línea 11 2015 en números

Para esta línea específica de atención a emergencias hubo 3 presentaciones, efectuadas por la Asociación Civil Transmitiendo Sueños, emisora de radio de la provincia de Buenos Aires que se presentó como empadronada; la Asociación Mutual Talleres, emisora de radio de la provincia de Buenos Aires que se presentó bajo la figura de Reconocimiento 753; y la Comunidad Mapuche Chiguay, emisora de radio de Río Negro, que se presentó bajo su autorización vigente para Comunidades de Pueblos Originarios.

Como describimos más arriba, esta línea se mantuvo abierta todo el año, pero en ese período no se conformó un comité evaluador para las presentaciones que se efectuaron. Ya con el cambio de Gobierno Nacional y los cambios introducidos por el Decreto 267/2015 a la LSCA, fundamentalmente la creación del ENACOM para reemplazar a la AFSCA en la aplicación de la ley, el proceso de evaluación de dichas presentaciones quedó trunco ya que nunca se conformó el comité evaluador. A raíz de esto, la Línea 11 2015 no tuvo proyectos ganadores y no otorgó recursos de ningún tipo al sector.

3.2.3.l. FOMECA Línea 12 2015: Equipamiento para radios

El día 23 de julio de 2015, el Directorio de la ex AFSCA aprobó también la Resolución 621 que llamaba por segunda vez en el año a concurso FOMECA y por cuarta vez desde el inicio de la implementación de la política con el objetivo de otorgar subsidios para el equipamiento de radios. Con este nuevo llamado, esta categoría se convirtió en la más recurrente, desde la implementación del FOMECA, de entre las que financiaban cuestiones estructurales como equipamiento o reformas edilicias. El sector de las radios sin fines de lucro resultó en este período el más favorecido en términos estructurales.

Este llamado estuvo destinado a proyectos de $240.000 cada uno, con una erogación de dinero que no podía ser mayor a $7.500.000, correspondientes al Ejercicio 2015, sin posibilidad de ser extendido como ocurrió con otras líneas para equipamiento. Este concurso tuvo los mismos objetivos y características que el llamado anterior de 2015, con las mismas disposiciones y obligaciones establecidas por reglamento, con la excepción de que no estableció exclusiones ni para los ganadorxs de ninguna de las líneas de equipamiento para radios anteriores, inclusive la 1 2015, cuyos plazos de ejecución se encontraban en plena vigencia al momento de esta convocatoria. De esta manera, se puede marcar esta línea como un claro intento de fortalecimiento estructural para todo el universo de las emisoras de radio sin fines de lucro, tanto las que ya habían sido beneficiadas con financiamiento para equipamiento como las que no, homogeneizando ese universo bajo el fomento del Estado, que hasta este llamado discriminaba entre ganadorxs anteriores. Por otro lado, se incluyeron también a las entidades empadronadas en los términos del artículo 4° de la la Resolución N° 1478-AFSCA/2014, reconocidas por primera vez en la Línea 1 2015, y puede decirse así que es la primera que recoge todo ese universo completo que el organismo fue identificando, incorporando a los parámetros del Estado, y financiando en concursos previos.

Respecto a los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles, los requisitos se mantuvieron como en la Línea 4 2014. Para todos los formatos, el subsidio fue del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad, no menor a $42.235. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión no menor a $282.353. En relación a los gastos permitidos y excluidos del subsidio y la contraparte, los criterios se mantuvieron en 80% en gastos de capital -equipamiento y adecuación edilicia- y 20% en gastos corrientes -recursos humanos-.

El cronograma de implementación contempló un período de un año desde el inicio del concurso a la rendición final y evaluación del proyecto, con ocho meses de plazo para la ejecución del proyecto. El resto de las pautas, requisitos y obligaciones establecidas por el reglamento se mantuvieron como en el reglamento de la Línea 1 2015.

El FOMECA Línea 12 2015 en números

Para esta nueva línea de equipamiento para emisoras de radio se registraron 50 presentaciones, de las cuales 41 resultaron ganadoras del subsidio. La suma de los montos de todos los proyectos dio un total de $11.002.026, 58 de los cuales el Estado debía subsidiar $9.351.722.59 y las organizaciones desembolsar $1.650.303,99 en concepto de contraparte. La demanda del sector superó en este caso la oferta del Estado, que había estipulado como erogación máxima $7.500.000, en alrededor de un 25%. Resulta interesante también que el número de presentaciones fue exactamente el mismo que en la Línea 1 2015, y que en lxs ganadorxs hubo sólo uno menos que en esa convocatoria.

Las emisoras de Comunidades de Pueblos Originarios no realizaron presentaciones en esta línea. Por su parte, las entidades sin fines de lucro que presentaron proyectos lo hicieron bajo las figuras legales de adjudicatarix de licencia (2), adjudicatarixs por artículo 49 (5), Reconocimiento 753 (6) y empadronadas (30). Se presentaron además 7 productoras que no ganaron el subsidio ya que no estaban contempladas en la convocatoria. Estos números muestran el impacto del empadronamiento como herramienta de las organizaciones para el acceso a la política de fomento, y la medida en que amplió el universo de beneficiarixs. Si la incorporación de las productoras para las líneas de producción de contenidos tuvo un significativo alcance, permitiendo a un gran número de organizaciones acceder a los subsidios, organizaciones que hubieran quedado por fuera de esa posibilidad sin la incorporación de la figura de las productoras, la limitación de esta decisión del organismo estaba en el no otorgamiento de recursos a esas entidades para equipamiento e infraestructura, limitando su participación a la producción de contenidos. Con la creación del padrón y la incorporación de las entidades que se registraron en él a la categoría de emisoras, el Estado amplió el universo de organizaciones con posibilidad de acceder a recursos para cuestiones estructurales como el equipamiento y la infraestructura. Puede inferirse el fortalecimiento que esto significó para muchas radios, y el hecho de que el 60% de las presentaciones a esta línea hayan sido de empadronadas habla de su peso en la composición del universo de las emisoras comunitarias, alternativas y populares, y la importancia de la decisión del Estado de generarle las herramientas para el acceso a todos los tipos de subsidios.

Los 41 proyectos ganadores le significaron al Estado una erogación de $7.334.731, por lo que la partida asignada se ejecutó casi en su totalidad. La distribución regional de los mismos fue la siguiente: 22 provinieron de organizaciones del Centro Metropolitano -13 de la provincia de Buenos Aires y 9 de la CABA-, 12 del Centro Norte -5 de Córdoba y 7 de Santa Fe-, 3 del NOA -2 de Salta y 1 de Tucumán-, 3 de Cuyo -2 de Mendoza y 1 de San Luis- y 1 del NEA -Formosa-. Con respecto a su predecesora, la Línea 1 2015, esta convocatoria profundizó aún más la concentración de los proyectos ganadores, con el 50% de ellos provenientes del Centro Metropolitano, y el 85% si se suman a esos lxs ganadorxs del Centro Norte. Aunque también es necesario remarcar que, al ser las entidades empadronadas provenientes de zonas de conflicto, esto puede explicar la concentración en los grandes centros urbanos de lxs ganadorxs de esta categoría.

3.2.3.m. FOMECA Línea 13 2015: Comunicación con identidad

El día 23 de julio de 2015, el Directorio de la ex AFSCA aprobó también la Resolución 622 que llamaba al tercer, segundo de este año, concurso FOMECA destinado exclusivamente a los Pueblos Originarios que contaran con autorización. El nombre de línea

volvió a ser *Comunicación con Identidad* y se mantuvieron las dos modalidades implementadas las líneas predecesoras de 2014 y 2015: equipamiento para radios y producciones radiofónicas. Tal como la línea anterior, la 13 2015 no estableció un máximo de proyectos ganadores. Los montos de los subsidios volvieron a incrementarse de $200.000 a $240.000 para la modalidad de equipamiento, y de $80.000 a $100.000 para la modalidad de producción. La Resolución amplió también el límite de gasto total del concurso, que no podía exceder el $2.000.000, correspondientes a la partida de presupuesto del Ejercicio 2015 -para la línea anterior había sido un máximo de $1.960.000-. En este caso, no se autorizaba al Presidente del Directorio a ampliar la convocatoria como en el llamado anterior.

Los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles fueron definidos con una serie de criterios y rubros a cubrir. En relación a los porcentajes de la composición del plan de inversión, el subsidio fue del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad, $42.353 en caso de recibir el subsidio máximo para la modalidad equipamiento, y $17.647 para la modalidad producción. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión de $282.353 para la modalidad equipamiento, y $117.647 para la modalidad producción, o proporcional al subsidio recibido. Del monto de subsidio para la modalidad de equipamiento, el 80% debía ser utilizado exclusivamente para gastos de capital, tal como otras líneas de equipamiento, continuando la inducción a la capitalización que el FOMECA planteó a las organizaciones. La distribución del monto de subsidio para la modalidad de producción se mantuvo como en 2014 y la línea previa de 2015, 20% para gastos de capital y el 80% para gastos corrientes, de los cuales el 60% debía utilizarse en recursos humanos y el 20% en gastos de producción.

El cronograma del todo llamado se estableció con una duración de un año, de los cuales el plazo de implementación del proyecto no debía exceder los ocho meses. El resto de los requisitos, pautas y obligaciones establecidas por el reglamento se mantuvieron iguales a las del reglamento homónimo de 2014 y el previo de 2015, salvo un elemento fundamental y novedoso referido a los postulantes. Esta convocatoria, continuando la tendencia del resto de las líneas del llamado realizado en julio de ese año, no estableció exclusiones para los ganadorxs de ninguna de las líneas de *comunicación con identidad*, inclusive la 3 2015, cuyos plazos de ejecución se encontraban en plena vigencia al momento de esta convocatoria. De esta manera, se puede marcar esta línea como un claro intento de fortalecimiento para todo el universo de las radios de Comunidades de Pueblos Originarios, tanto las que ya habían sido beneficiadas con financiamiento para equipamiento y producción como las que no, homogeneizando ese universo bajo el fomento del Estado, que hasta este llamado discriminaba entre ganadorxs anteriores.

FOMECA Línea 13 2015 en números

Para esta última línea del año específica para Comunidades de Pueblos Originarios hubo tan solo 9 presentaciones, 7 de las cuales fueron para equipamiento y 2 para producción de contenidos, lo cual continuó la tendencia de este sector en particular de volcarse más a los subsidios para esa categoría. Los 9 proyectos resultaron ganadores del financiamiento, lo cual representó una erogación total para el Estado de $1.659.315 en subsidios para el sector, que a su vez debió desembolsar $292.820,29 en concepto de contraparte. Las 9 emisoras de radios contaban con autorización vigente para Comunidades de Pueblos Originarios.

La distribución regional de lxs ganadorxs fue la siguiente: 5 proyectos de Comunidades de la provincia de Salta, 1 de Buenos Aires, 1 de Córdoba, 1 del Chaco, y 1 de Neuquén.

Esta fue la línea específica para Comunidades de Pueblos Originarios con menor participación del sector del período relevado por la presente investigación, tanto en términos de presentaciones como de proyectos ganadores.

3.2.3.n. FOMECA Línea 14 2015: Producción de contenidos radiofónicos para emisoras

El día 23 de julio de 2015, el Directorio de la ex AFSCA aprobó también la Resolución 623 que llamaba a concurso FOMECA para producción radiofónica. Lxs beneficiarixs del concurso fueron, como en la Línea 6 2015, emisoras sin fines de lucro con licencia o reconocimiento, Pueblos Originarios autorizados o Productoras inscriptas en el Registro Público, y también a las entidades empadronadas en los términos del artículo 4° de la la Resolución N° 1478-AFSCA/2014, consolidando de esta manera el universo ampliado de posibles destinatarixs del subsidio. Nuevamente para esta categoría de producción, no se plantearon exclusiones en la convocatoria a ganadorxs de otras líneas de producción, incluso la 6 2015, cuyo presupuesto se encontraba en plena ejecución al momento de efectuarse este nuevo llamado.

Esta línea de financiamiento dispuso una erogación total de $4.500.000 correspondientes al Ejercicio 2015, sin posibilidad de ampliación por el Presidente del Directorio. El financiamiento estaba destinado a los mismos tres formatos de proyectos radiofónicos que en la Línea 4 2014 y 6 2015: montos de hasta $100.000 para programas semanales, hasta $200.000 para programas diarios y hasta $180.000 para servicios informativos. El cronograma de implementación, desde el inicio del concurso a la rendición del subsidio, volvió a ser de 1 año y 7 meses.

Respecto a los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles, los requisitos se mantuvieron como en la Línea 4 2014 y 6 2015. Para todos los formatos, el subsidio fue del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad, no menor a $17.647 para los programas semanales, no menor a $35.294 para los programas diarios y no menor a $31.765 para los servicios informativos. En ese sentido, las entidades debieron considerar un

plan de inversión no menor a $117.647, $235.294 y $211.765, respectivamente. En relación a los gastos permitidos y excluidos del subsidio y la contraparte, los criterios se mantuvieron respecto a la líneas predecesoras de 2014 y 2015, siendo los porcentajes: 20% en gastos de capital y 80% en gastos corrientes -60% en recursos humanos y 20% en gastos de producción-.

El resto de las pautas, requisitos y obligaciones establecidas por el reglamento se mantuvieron como en el reglamento de la Línea 4 2014.

FOMECA Línea 14 2015 en números

Para esta segunda línea del año que llamaba a la producción de contenidos radiofónicos para emisoras, hubo un total de 96 presentaciones, de las cuales 30 resultaron ganadoras del financiamiento, es decir, el 31%. El número de proyectos duplicó a los de la línea anterior de producción de contenidos radiofónicos para emisoras, la Línea 6 2015, sin embargo la cantidad de ganadorxs fue prácticamente la misma. También fue mayor a la cantidad de presentaciones registradas por las emisoras en la Línea 4 2014 de producción de contenidos, que fueron 71, lo que convierte a esta convocatoria en aquella en la cual las emisoras de radio generaron más proyectos para producción de contenidos de todo el período relevado por la presente investigación. Esto, a su vez, puede ser leído como un crecimiento del sector a partir del fortalecimiento progresivo que permitieron los sucesivos financiamientos previos recibidos en las diferentes líneas con las que el FOMECA respondió a sus necesidades.

De esas 96 aprobaciones, 44 correspondieron a la modalidad Programa Semanal, 36 a la modalidad Programa Diario y 16 a la modalidad Servicio Informativo. Entre todas las categorías, sumaron presentaciones por un total de $16.762.141,15 de los cuales el Estado debía subsidiar $14.247.819,98, y las organizaciones desembolsar $2.514.321,17 en concepto de contraparte. Si se considera que la erogación total de la línea no podía superar los $4.500.000, puede observarse que en este caso, a diferencia de lo que sucedió en la línea 6 2015, la demanda del sector superó ampliamente el monto de subsidio establecido por el Estado. De hecho, esta fue la línea que generó proyectos por mayores montos de todas las líneas específicas para lenguaje radiofónico del año. Si bien las productoras generaron mayor cantidad de proyectos en sus líneas específicas que las emisoras, los montos asignados a cada proyecto fueron más altos para las líneas de emisoras, lo cual explica este dato.

Las comunidades de Pueblos Originarios generaron solo 1 presentación para este llamado, de la Comunidad Aborigen de Queta, Jujuy. Las restantes 95 presentaciones las efectuaron entidades sin fines de lucro, con la siguiente distribución por encuadres legales: adjudicadas, 3 presentaciones; adjudicadas por artículo 49, 6 presentaciones; productoras, 14 presentaciones que no ganaron el subsidio por estar excluidas del llamado; Reconocimiento 753, 26 presentaciones; empadronamiento, 45 presentaciones. Se volvió a

evidenciar aquí el impacto del empadronamiento, encuadre bajo el cual se realizaron casi el 50% de las presentaciones. A partir de ese cambio de encuadre legal, muchas organizaciones que se presentaban como productoras pudieron acceder a las lineas para emisoras, recibiendo mayores montos para realizar mayores producciones, equiparse, etc., lo cual puede interpretarse como un evidente fortalecimiento de estxs actorxs.

En términos regionales, 47 presentaciones fueron de organizaciones del Centro Metropolitano -32 de Buenos Aires, 15 de la CABA-, 28 del Centro Norte -13 de Córdoba y 15 de Santa Fe-, 7 del NOA -2 de Jujuy, 2 de Santiago del Estero, y 3 de Salta-, 4 del NEA -2 de Formosa, 1 de Misiones y 1 del Chaco-, 8 de Cuyo -8 de Mendoza y 1 de San Luis- y 2 de la Patagonia -1 de La Pampa y 1 de Río Negro-. Se observa aquí que 85 de las 96 presentaciones totales provinieron de las regiones del centro del país. Esta puede considerarse otra de las incidencias de la inclusión de las empadronadas, debido a que el empadronamiento fue exclusivo para las zonas de conflicto.

Ya en el análisis de lxs ganadorxs, los 30 proyectos aprobados sumaron un total de $5.289.043,53 que le significaron al Estado una erogación total de $4.495.687, y a las organizaciones un desembolso de $793.356,53 en concepto de contraparte. La ejecución del presupuesto por el organismo fue prácticamente por la totalidad de la partida que se había establecido. En cuanto a las modalidades, 12 proyectos ganadores correspondieron a la modalidad Programa Semanal, 14 a la modalidad Programa Diario y 4 a la modalidad Servicio Informativo.

El proyecto de Comunidad Aborigen de Queta resultó ganador del subsidio, reportándole a los Pueblos Originarios como sector subsidios por $190.000. Por su parte, las entidades sin fines de lucro recibieron $4.305.687 en subsidios por sus 29 proyectos que resultaron aprobados. De los mismos, 2 fueron presentados por entidades con licencia adjudicada, 3 por entidades con licencia adjudicada por artículo 49, y 6 por entidades con Reconocimiento 753, y 18 por emisoras empadronadas.

Los proyectos ganadores se distribuyeron regionalmente de la siguiente manera: 16 del Centro Metropolitano -10 de Buenos Aires, 6 de la CABA-, 7 del Centro Norte -3 de Córdoba y 4 de Santa Fe-, 2 del NOA -1 de Jujuy y 1 de Salta-, 1 del NEA -Formosa-, 3 de Cuyo -2 de San Juan y 1 de Mendoza- y 1 de la Patagonia -Río Negro-.

3.2.3.ñ. FOMECA Línea 15 2015: Producción de contenidos radiofónicos para productoras

El día 23 de julio de 2015, el Directorio de la ex AFSCA aprobó también la Resolución 624 que llamaba a concurso FOMECA para producción radiofónica para productoras. Quedaron excluidas de esta presentación las emisoras con licencia, autorización, reconocimiento o entidades empadronadas en los términos del artículo 4° de la la Resolución N° 1478-AFSCA/2014.

Esta línea de financiamiento dispuso una erogación total de $4.000.000 correspondientes al Ejercicio 2015, sin posibilidad de ser ampliada por el Presidente del Directorio. Se mantuvieron los formatos de las Líneas 7 2014 y 7 2015: montos de hasta $100.000 para programas semanales y hasta $55.000 para producir campañas comunitarias. Esto implicaba un desembolso en términos de contraparte de $17.647 para los programas semanales, y de $9.706 para las campañas comunitarias, sobre proyectos por un total de $117.647 en el primer caso y de $64.706 en el segundo. En relación a los gastos permitidos y excluidos del subsidio y la contraparte, se aumentó el monto destinado a gastos de capital del 20% al 30% en relación a las anteriores líneas, quedando el restante 70% para gastos corrientes -50% en recursos humanos y 20% en gastos de producción-.

El cronograma de implementación dispuesto para cada concurso fue de 10 meses para programas semanales -8 meses de ejecución para las entidades- y de 13 meses para las campañas comunitarias -6 meses de ejecución para las entidades, al igual que la Línea 7 2014 y 7 2015-.

El resto de las pautas, requisitos y obligaciones establecidas por el reglamento se mantuvieron como en el reglamento de la Línea 7 2014 y 7 2015. Solo se modificó el porcentaje de desembolsos entre el primer y segundo pago, estableciéndose el 75% y el 25% respectivamente.

FOMECA Línea 15 2015 en números

Para esta tercera línea de producción de contenidos radiofónicos para productoras hubo un total de 140 presentaciones, de las cuales 48 resultaron ganadoras del financiamiento, es decir, un 34%. Esta cantidad casi duplicó las presentaciones de la anterior línea del año para producción de contenidos radiofónicos para productoras, la 7 2015. De esas 140, 99 correspondieron a la modalidad Programa Semanal, y 41 a la modalidad Campaña Comunitaria. Entre ambas categorías, sumaron presentaciones por un total de $14.099.687,06 de los cuales el Estado debía subsidiar $11.984.734, y las organizaciones debían desembolsar $2.114.687,06 en concepto de contraparte. Si se considera que la erogación total de la línea no podía superar los $4.000.000, nuevamente se observa que la demanda de las productoras resultó mayor al el monto máximo de subsidio establecido por el Estado, un 197% en este caso, continuando la tendencia de estas entidades en cuanto a su capacidad de producción y generación de demandas al Estado. Consideramos interesante dejar planteada para futuras investigaciones la pregunta sobre la potencialidad de esta figura legal que, no sólo permitió el acceso a muchas organizaciones y sujetxs a esta política pública en particular, sino que también fue el encuadre bajo el cual se presentaron más proyectos. Sería interesante pensar la posibilidad de financiamientos más estructurales para este actor.

Para este llamado no hubo presentaciones efectuadas por Comunidades de Pueblos Originarios.

En términos regionales, 56 presentaciones fueron de organizaciones del Centro Metropolitano -32 de Buenos Aires, 24 de la CABA-, 27 del Centro Norte -20 de Córdoba y 7 de Santa Fe-, 23 del NOA -11 de Jujuy, 5 de Tucumán, 3 de Santiago del Estero y 4 de Salta-, 11 de la Patagonia -4 de Chubut, 3 de Neuquén, 2 de Río Negro, 1 de La Pampa, 1 de Santa Cruz-, 12 del NEA -7 de Corrientes, 3 de Misiones, 1 de Formosa, 1 de Entre Ríos-, y 11 de Cuyo -2 de San Juan, 4 de La Rioja y 5 de Mendoza-.

Ya en el análisis de lxs ganadorxs, los 48 proyectos aprobados sumaron un total de $4.705.569,41, le significaron al Estado una erogación total de $3.999.734, y a las organizaciones un desembolso de $705.835,41 en concepto de contraparte. Como se observa, se ejecutó la totalidad de la partida asignada. En cuanto a las modalidades, 34 proyectos ganadores correspondieron a la modalidad Programa Semanal, 14 a la modalidad Campaña Comunitaria.

Los proyectos ganadores se distribuyeron regionalmente de la siguiente manera: 20 fueron de organizaciones del Centro Metropolitano -10 de Buenos Aires, 10 de la CABA-, 6 del Centro Norte -4 de Córdoba y 2 de Santa Fe-, 8 del NOA -4 de Jujuy, 2 de Tucumán, 1 de Santiago del Estero y 1 de Salta-, 6 de la Patagonia -1 de Río Negro, 2 de Neuquén, 1 de La Pampa, 2 de Chubut-, 5 del NEA -3 de Corrientes, 1 de Formosa, 1 de Entre Ríos- y 3 de Cuyo -todos de Mendoza-.

3.2.3.o. FOMECA Línea 16 2015: Producción de contenidos audiovisuales para productoras

El día 23 de julio de 2015 el Directorio de la ex AFSCA aprobó también la Resolución 625 a través de la cual se llamó a concurso FOMECA para producción audiovisual, por tercera vez en el año. Lxs destinatarixs de esta convocatoria volvieron a ser exclusivamente las personas jurídicas sin fines de lucro o comunidades de Pueblos Originarios inscriptas en el Registro Público de Señales y Productoras, quedando nuevamente excluidas las personas sin fines de lucro con autorizaciones precarias por Resolución N°003-AFSCA/09, las entidades empadronadas por la Resolución N°1478-AFSCA/2014 y las comunidades de Pueblos Originarios que contaran con autorización. Se mantuvo el criterio de no excluir a ganadorxs de líneas anteriores de producción.

Se repitieron los tres formatos de la línea anterior para esta categoría, y se ampliaron los montos destinados para cada tipo de producción: $60.000 para la producción de spots, $230.000 para la producción de microprogramas, y $ 650.000 para programa semanal.

Esta línea de financiamiento dispuso una erogación total de $16.000.000 correspondientes al Ejercicio 2015, sin posibilidad de ser ampliada por el Presidente del Directorio. Respecto a los montos del subsidio, contraparte y gastos posibles, los requisitos

se mantuvieron como en la Línea 6 2014. Para todos los formatos, el subsidio fue del 85% del total del proyecto y 15% de contraparte a cargo de la entidad, no menor a $10.588 para los spot, no menor a $40.588 para los microprogramas y no menor a $114.706 para los programas semanales. En ese sentido, las entidades debieron considerar un plan de inversión no menor a $70.588, $270.588 y $764.706, respectivamente. En relación a los gastos permitidos y excluidos del subsidio y la contraparte, los criterios se modificaron respecto a la línea predecesora de 2015, ampliando los gastos en capital del 20% al 30% y reduciendo del 80% al 70% los gastos corrientes -recursos humanos, gastos de producción y otros gastos corrientes-.

El cronograma de implementación fue de trece meses desde el inicio del concurso hasta la rendición del subsidio para los programas semanales, con nueve meses de plazo para la ejecución de los proyectos, y doce meses para las modalidades de spot y microprogramas, con ocho meses para la implementación de los proyectos. El resto de las pautas, requisitos y obligaciones establecidas por el reglamento se mantuvieron como en el reglamento de la Línea 8 2015.

Línea 16 2015 en números

Para esta segunda línea del año que convocaba a la producción de contenidos audiovisuales para productoras, hubo un total de 220 presentaciones, de las cuales 66 resultaron ganadoras del financiamiento, es decir, un 30%. Esto la convirtió en la segunda línea con mayor número de proyectos presentados del período relevado por la presente investigación, sólo superada por la Línea 7 2014 que tuvo 227. De esas 220, 62 correspondieron a la modalidad Programa Semanal, 124 a la modalidad Microprograma, y 34 a la modalidad Spot. Entre todas las categorías, sumaron presentaciones por un total de $81.835.136,47 de los cuales el Estado debía subsidiar $69.559.866, y las organizaciones debían desembolsar $12.275.270,47 en concepto de contraparte. Estos números convierten a esta línea en la que generó proyectos por mayor monto de todo el período relevado por la presente investigación. Si se considera que la erogación total de la línea no podía superar los $16.000.000, puede afirmarse también que fue la línea en la cual el monto del total de los proyectos, es decir la demanda del sector, superó por más cantidad de dinero al máximo estipulado por el Estado, alrededor de un 411% aproximadamente.

Las Comunidades de Pueblos Originarios aportaron sólo 6 proyectos en esta convocatoria, a través de productoras de Mendoza, Salta, Chaco y Jujuy. Si bien generaron algunos proyectos más que en la línea anterior, este sector siguió mostrando poca capacidad de producción para el lenguaje audiovisual.

La distribución regional de las presentaciones dejó el siguiente mapa: 86 provinieron de organizaciones del Centro Metropolitano -39 de Buenos Aires y 47 de la CABA-, 36 del Centro

Norte -19 de Córdoba y 17 de Santa Fe-, 45 del NOA -16 de Jujuy, 8 de Santiago del Estero, 16 de Salta, 2 de Catamarca y 3 de Tucumán-, 21 del NEA -7 de Misiones, 3 de Corrientes, 7 de Chaco, 3 de Formosa y 1 de Entre Ríos-, 15 de la Patagonia -3 de Río Negro, 3 de Neuquén, 5 de La Pampa, 4 de Chubut- y 17 de Cuyo -7 de Mendoza, 4 de San Luis, 4 de San Juan y 2 de La Rioja-. Independientemente del hecho que la concentración de las presentaciones en las regiones del centro se ratificó en esta convocatoria, con las dos regiones sumando un 55% de los proyectos y solo el Centro Metropolitano con alrededor del 39%, es interesante ver como también se ratificó la capacidad mostrada en la Línea 8 2015 por todas las regiones para generar un número considerable de presentaciones.

Los 66 proyectos ganadores sumaron un total de $18.799.842,35 de los cuales le correspondía al Estado subsidiar $15.979.866, y a las entidades un desembolso de $2.819.976,35. Se ejecutó de esta manera casi la integralidad del monto máximo establecido por el reglamento.

En cuanto a la distribución geográfica de esxs ganadorxs, no hubo una diferencia significativa para con el mapa de las presentaciones, a partir de lo lo cual puede decirse que la intervención del organismo para distribución de los recursos no contrapesó esa tendencia impuesta por la propia participación de las organizaciones. El mapa de proyectos aprobados muestra a la región Centro Metropolitano con 29 ganadorxs -14 de Buenos Aires y 15 de CABA-, 9 del Centro Norte -4 de Córdoba y 5 de Santa Fe-, 11 proyectos del NOA -2 de Salta, 2 de Tucumán, 1 de Catamarca, 3 de Santiago del Estero y 2 de Jujuy-, 5 de la Patagonia- 2 de Neuquén, 1 de La Pampa, 2 de Chubut-, 8 del NEA -1 de Misiones, 2 de Corrientes, 3 del Chaco, 1 de Formosa y 1 de Entre Ríos - y 5 de Cuyo -2 de Mendoza y 2 de San Luis, y 1 de San Juan-. Excede los alcances de la presente investigación el estudio de las causas de la aprobación o desestimación de cada proyecto en particular, pero resulta pertinente dejar planteada la pregunta sobre si la distribución regional de ganadorxs podría haber sido más equilibrada, sobre todo en convocatorias como esta, en las que hubo muchas presentaciones de las regiones periféricas junto con las siempre abundantes de las regiones del centro.

3.2.3.p. FOMECA Línea 17 2015: Producción de contenidos audiovisuales para productoras

El día 29 de septiembre de 2015 el Directorio de la ex AFSCA aprobó también la Resolución 888 a través de la cual se llamó a concurso FOMECA para producción audiovisual, por cuarta vez en el año. Esta línea mantuvo los tipos de destinatarixs, formatos, montos por formato, distribución de los montos entre gastos de capital y gastos corrientes, tiempos de ejecución de los proyectos, y características generales que su predecesora, la Línea 16 2017. La única modificación sustancial fue la erogación total que supuso este llamado, que fue de $5.000.000 sin posibilidades de ampliación por parte del Presidente del Directorio. Este monto fue mucho menor que el de la línea anterior, pero si se tiene en cuenta que entre ese primer

llamado y este transcurrieron tan solo dos meses puede decirse más bien que vino a reforzar aquella primera erogación. Por otro lado, no se plantearon exclusiones para la participación en esta línea, por lo que ganadorxs del subsidio en la línea anterior podían presentarse y volver a ser beneficiarixs de la política.

Tal como sucedió con la Línea 11 2015, para esta convocatoria no se conformó un comité evaluador para las presentaciones que se efectuaron, y por lo tanto no tuvo proyectos ganadores.

3.2.3.q. El FOMECA en 2015

Para finalizar el análisis de este periodo de implementación del FOMECA, se avanzará en los números totales de los llamados a concurso realizados en 2015. AFSCA entregó durante este año un total de $109.196.845,79 en subsidios para 523 proyectos del sector social y comunitario de la comunicación. Esto significó un aumento del 25,72% de la cantidad de proyectos subsidiados, mientras que representó casi un 147,5% de incremento del presupuesto respecto del monto ejecutado en 2014 y un 2200% respecto de 2013. Este monto fue mucho más cercano al 10% que la LSCA estipuló para el FOMECA, aunque siguió sin alcanzarlo en su totalidad. En términos de contraparte, las entidades beneficiarias debieron desembolsar $19.270.031,61, lo cual significó un monto total de $123.657.413,04 en inversión en proyectos comunicacionales del sector.

Durante el 2015 se realizaron 17 llamados a concurso, 2 de los cuales no llegaron a efectuarse en este periodo, en los cuales se registraron un total de 1037 presentaciones, de las cuales las 523 que resultaron ganadoras representaron un 50,43%. A continuación, se detallará la cantidad de proyectos aprobados y los montos de subsidios entregados por cada línea de financiamiento:

Concurso	Subsidios	Monto total
Línea 1 - Equipamiento para radios	42	$7.860.839
Línea 2 - Equipamiento e Infraestructura para TV	9	$7.438.594
Línea 3 - Comunicación con Identidad	12	$1.852.000
Línea 4 - Gestión de medios - 1° presentación	16	$4.199.200
Línea 5 - Gestión de medios - 2° presentación	36	$10.625.382,79
Línea 6 - Producciones Radiofónicas para emisoras	34	$4.617.559
Línea 7 - Producciones Radiofónicas para productoras	67	$4.633.294
Línea 8 - Producciones Audiovisuales para productoras	76	$13.847.790
Línea 9 - Producciones Audiovisuales para emisoras	9	$11.699.800

Línea 10 - Redes	28	$8.953.054
Línea 12 - Equipamiento para radios	41	$7.334.731
Línea 13 - Comunicación con Identidad	9	$1.659.315
Línea 14 - Producciones Radiofónicas para emisoras	30	$4.495.687
Línea 15 - Producciones Radiofónicas para productoras	48	$3.999.734
Línea 16 - Producciones Audiovisuales para productoras	66	$15.979.866
TOTAL	**523**	**$109.196.845,79**

Como muestra de una continuidad respecto del camino iniciado el año anterior, en 2015 se llevaron a cabo 17 llamados a concurso en los cuales se profundizó la distinción de lxs beneficiarixs del financiamiento. No solamente se elaboraron convocatorias según el tipo de lenguaje radiofónico y audiovisual sino que también se generaron concursos específicos según el tipo de entidad beneficiaria. Es por eso que encontramos líneas destinadas a emisoras de radio, otras a emisoras de TV, otras a productoras de radio y otras a productoras audiovisuales, además de la ya existente Comunicación con Identidad creada para las Comunidades de Pueblos Originarios.

En esta misma dirección, resulta fundamental destacar también como novedades de este periodo, no solamente la realización de dos concursos para el financiamiento de la gestión de medios comunitarios, sino también la incorporación de dos nuevos tipos de subsidios: por un lado, la línea para emergencias[103] y, por otro, la línea de financiamiento para redes de medios. Estos concursos y particularmente el último mencionado dan cuenta de la profundización de la relación entre el sector y el Estado, que atendió otra de las demandas históricas de las organizaciones de conformar y fortalecer alianzas entre sí para consolidar su organización.

Si consideramos el período analizado por la presente investigación, el proceso de diversificación y especialización de las líneas de financiamiento del FOMECA tuvo, en este año, su punto más alto. Esto reflejó no sólo la preocupación del Estado por responder de manera más ajustada y eficaz a las necesidades específicas de cada actxr del sector social y comunitario de la comunicación, sino que además significó una *profesionalización* de la política pública, en tanto posibilitó un seguimiento más pormenorizado de cada tipo de subsidio, la posibilidad de una evaluación más particularizada de los efectos e impactos del fomento y una mejor planificación para futuras convocatorias. Sin embargo, no puede dejar

[103] Cabe recordar que esta línea nunca tuvo un comité evaluador asignado debido a la intervención de la AFSCA, después del cambio de Gobierno Nacional en 2015, y por lo tanto no tuvo proyectos ganadores ni otorgó recursos de ningún tipo al sector. Sin embargo, consideramos fundamental destacar el espíritu de la convocatoria, que dio cuenta de la profundización de la relación entre el Estado y las necesidades de las organizaciones sin fines de lucro.

de mencionarse que, ante la intervención del organismo en 2015 y, con ello, el cambio de *racionalidad del Estado* en materia comunicacional, este proceso de profesionalización no pudo seguir desplegándose con el potencial que mostró este último año.

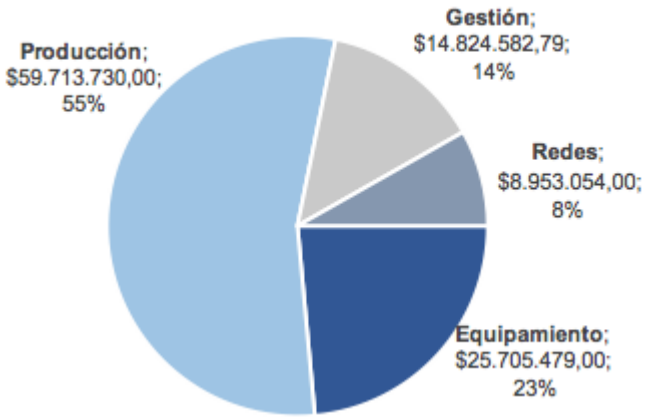
A continuación realizaremos una descripción del otorgamiento de los subsidios según las modalidades de concurso, los tipos de lenguaje, lxs sujetxs beneficiarixs, los tipos de medios, los encuadres legales de las entidades participantes y su distribución geográfica en el territorio nacional.

En 2015, hubieron tres llamados a concurso específicos de equipamiento y adecuación edilicia para emisoras, dos más que en 2014. Del total de los 523 proyectos ganadores de este año, 92 correspondieron a esta categoría, lo cual significó un monto de $22.634.164. Si a ello le sumamos los 16 proyectos ganadores en la categoría de equipamiento para emisoras de Pueblos Originarios de las dos líneas de Comunicación con Identidad, que significaron una erogación de $3.071.315, se puede afirmar que en 2015 AFSCA otorgó un total de 108 subsidios para equipamiento por la suma de $25.705.479. De este total, $18.266.885 correspondieron a emisoras de radio, con 99 proyectos ganadores, lo cual representó el 71,07% de la erogación anual en la categoría de equipamiento. Por su parte, las emisoras de TV tuvieron 9 proyectos aprobados por un total de $7.438.594, lo cual representó el 28,93% del monto total de la categoría.

Si se centra el análisis en las categorías de producción, se puede observar que las diferentes líneas de financiamiento arrojaron un total de 335 proyectos ganadores, lo que significó una erogación total de $59.713.730. De ese total, $18.186.274 correspondieron a producción radiofónica, con 184 proyectos ganadores, lo cual representó un 30,46% de los subsidios entregados por AFSCA en la categoría de producción. Por su parte, $41.527.456 correspondieron a producción audiovisual, con 151 proyectos ganadores, lo cual representó un 69,54% de la categoría de producción.

A su vez, las Líneas 4 y 5 de Gestión de Medios Comunitarios registraron un total de 52 proyectos ganadores por un monto de $14.824.582,79, lo cual significó el 13,58% de la erogación total del año. A su vez, la Línea 10 de financiamiento para Redes tuvo un total de 28 proyectos ganadores, por un monto total de $8.953.054, lo cual significó el 8,2% de la erogación total del año.

Figura 14 - Distribución de los subsidios por modalidad

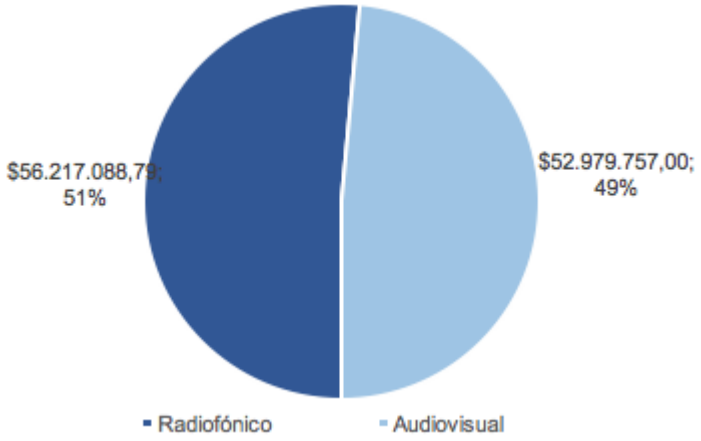


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Si se estableciera una jerarquización del total del subsidio entregado por el Estado en este periodo, considerando sus diferentes modalidades, los números permiten afirmar que la producción de contenidos vuelve a ser la categoría prioritaria durante el ejercicio 2015, aunque en esta oportunidad representó un 54,68% del total de los subsidios entregados, alrededor de un 21% menos que el 76,1% del 2014. A esta categoría le sigue la de equipamiento, que significó un 23,54% del total de los subsidios del 2015, lo cual representó un crecimiento significativo respecto del 8,25% del año anterior. La tercera categoría que más recursos recibió fue la de gestión de medios con el 13,58% mencionado y, por último, la categoría de redes que representó un 8,2% del total de los subsidios. A partir de estos datos puede afirmarse que si bien el Estado volvió a priorizar la producción de contenidos de calidad por sobre el resto de las categorías, destinó en este período una suma significativa a las convocatorias de equipamiento. Esto se explica, por un lado, por la inclusión de nuevas emisoras de radio -la Línea 1/2015 excluyó a las ganadoras de equipamiento 2014- y, por otro, por la incorporación por primera vez de las emisoras de TV como beneficiarias del FOMECA, lo cual significó la ampliación del universo de sujetxs pasibles de acceder a esta línea de financiamiento. También debe tenerse en cuenta en este punto la inclusión de las entidades empadronadas, lo cual le permitió a diversas organizaciones que habían tenido que concursar en años anteriores con otras figuras legales, como productoras, que les impedían acceder al financiamiento para equipamiento, presentarse en este período como emisoras, con los mismos derechos que las adjudicatarias de licencias, las autorizadas y aquellas con reconocimiento 753 vigente.

Por otro lado, se puede afirmar que la inclusión de dos líneas de financiamiento para gestión y la línea de redes da cuenta de la profundización de la intención del Estado de consolidar los medios existentes -e incluso los recientemente incorporados, ya que la línea 4/2015 excluía a lxs ganadorxs de la línea de gestión 2014- y desarrollar la articulación y organización como sector.

Figura 15 - Distribución de los subsidios por lenguaje



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

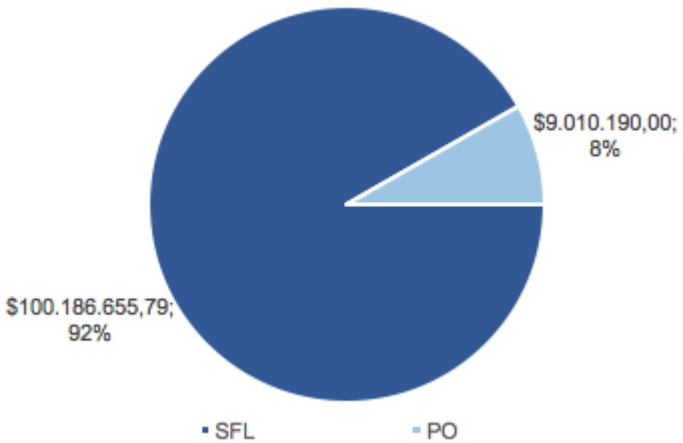
Si se focaliza el análisis en la distribución de los recursos por tipo de lenguaje, como se observa en la Figura 15, el año 2015 muestra prácticamente una paridad entre el lenguaje radiofónico y el audiovisual, cuyo desagregado revela, a su vez, elementos interesantes a tener en cuenta sobre la incidencia de cada uno de ellos en el sector social y comunitarios de la comunicación.

Al considerar los totales, se observa que las emisoras y productoras de radio recibieron en este período $56.217.088,79, monto que representó el 51,48% de la erogación total anual. Por su parte, las emisoras y productoras de TV recibieron $52.979.757, es decir, el 48,53% del total de los subsidios del año. Dichos montos correspondieron a 348 proyectos ganadores para el lenguaje radiofónico, un 66,54% del total de proyectos aprobados, y a 175 proyectos ganadores para el lenguaje audiovisual, lo cual representó el 33,46% de todas las aprobaciones del año. La diferencia entre los porcentajes de subsidios recibidos y de cantidad de proyectos aprobados para cada tipo de lenguaje se explica por el hecho de que los montos destinados a los proyectos audiovisuales, tanto para la categoría de producción como para la de equipamiento, fueron más altos que los establecidos para los proyectos radiofónicos[104]. Estos números generales marcan una pequeña primacía del lenguaje radiofónico por sobre el audiovisual, sin embargo, si consideramos solamente las líneas destinadas a producción y equipamiento para cada uno de ellos, la tendencia se invierte significativamente. Tomando en cuenta las líneas 1, 6, 7, 12, 14 y 15, que fueron las que subsidiaron el equipamiento y la producción de contenidos para emisoras y productoras de radio exclusivamente, y les sumamos además las líneas 3 y 13 de Comunicación con Identidad, en las cuales resultaron ganadoras únicamente emisoras de radio, se observa un total de 283 proyectos ganadores de este lenguaje, que recibieron $36.453.159 en subsidios. Por su parte, si se consideran sólo

[104] Esto tiene que ver con las características propias de cada lenguaje y no con una decisión del organismo de priorizar uno por sobre otro.

las líneas 2, 8, 9 y 16, que subsidiaron la producción de contenidos audiovisuales y el equipamiento para emisoras de TV, los proyectos ganadores fueron 160 pero el monto total de subsidio al que accedieron ascendió a los $48.966.050. Puede afirmarse entonces que, solamente considerando las líneas específicas por tipo de lenguaje, las emisoras y productoras audiovisuales recibieron $12.512.891 más que las emisoras y productoras de radio. La explicación de que esta diferencia se invierta en los números totales del año está dada por el acceso mayoritario de éstas últimas frente a las primeras a las líneas de gestión de medios -líneas 4 y 5- y financiamiento para redes -línea 10-. En cuanto a las líneas de gestión, las entidades radiofónicas tuvieron 44 proyectos ganadores contra sólo 8 de las audiovisuales, por los que recibieron $12.434.440,79 contra los $2.390.142 de aquellas. En la misma dirección, para la línea de financiamiento a redes las emisoras y productoras de radio contaron con 21 proyectos aprobados por los que recibieron $7.329.489, contra los 7 ganadores de las emisoras y productoras de TV que recibieron $1.623.565. Estos números revelan un mayor despliegue de las entidades radiofónicas, justamente por el hecho de haber sido el primer lenguaje desarrollado por el sector social y comunitario de la comunicación. Las emisoras y productoras audiovisuales, salvando contadas excepciones, fueron un sujeto novedoso que surgió a mediados de la primera década del 2000 y, por lo tanto, no contaban con el mismo arraigo territorial, la misma experiencia de organización, y el mismo recorrido en la disputa por su reconocimiento legal. Por lo cual resulta lógico que, en las convocatorias a concurso FOMECA, se evidencie una composición del sector social y comunitario de la comunicación donde las radios cuentan con un desarrollo histórico que las hace tener un peso específico mayor. Sin embargo, se puede observar que las productoras audiovisuales se convirtieron en este período en uno de lxs actorxs más dinámicos en cuanto a su capacidad de generación de proyectos y movilización de recursos.

Figura 16 - Distribución de los subsidios por tipo de entidad

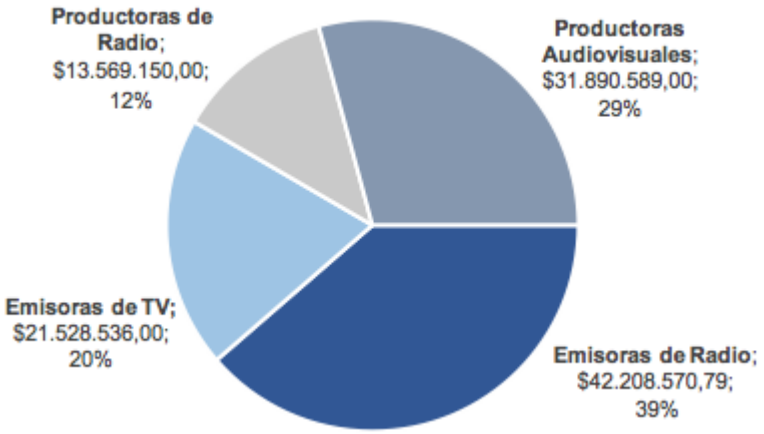


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

En relación a la distribución de ganadorxs por tipo de entidad, al igual que en 2013 y 2014, se sigue evidenciando un claro predominio de las organizaciones sin fines de lucro -484 proyectos por un total de $100.186.655,79- por sobre las Comunidades de Pueblos Originarios -39 proyectos por un total de $9.010.190-, tal como se observa en la Figura 16. A pesar de que en este periodo el Estado realizó dos convocatorias específicas, una más que en 2014, que reconocían las características y demandas particulares de las Comunidades de Pueblos Originarios, estos números marcan una composición del universo del sector en el cual este sujeto tiene una posición minoritaria, que se profundizó aún más respecto de los años anteriores. Mientras que en 2014 se había registrado un crecimiento del 420% respecto del año 2013 en cantidad de ganadorxs de Comunidades de Pueblos Originarios y un incremento del 700% de los montos en subsidios para este actor, en 2015 se evidenció una reducción del 25% en la cantidad de proyectos que accedieron a subsidios pero un aumento del 61,7% del monto total del financiamiento al que accedieron.

Si se centra la mirada en los tipos de medios que accedieron al FOMECA en el año 2015, se observa que 246 proyectos ganadores provinieron de emisoras, que recibieron por estos un total de $63.737.106,79. Esto representó un 58,37% de la erogación total anual. De estos proyectos, 220 correspondieron a emisoras de radio y 26 a emisoras de TV, dando cuenta como se mencionó previamente del mayor desarrollo del sector radiofónico por sobre el audiovisual. Por su parte, 277 proyectos ganadores provinieron de productoras, que recibieron un total de $45.459.739. Esto representó un 41,63% de la erogación total anual. De estos proyectos, 127 correspondieron a productoras de radio y 150 a productoras audiovisuales.

Figura 17 - Distribución de los subsidios por tipo de medio



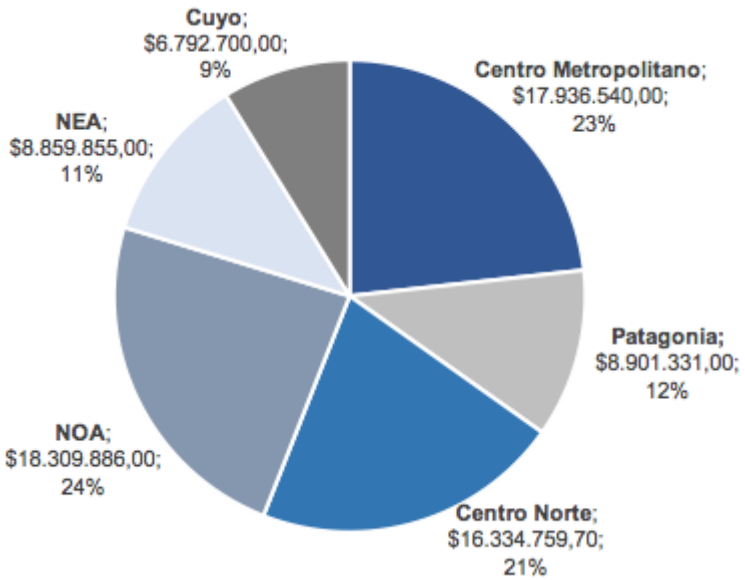
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Con respecto al encuadre legal de las entidades ganadoras de FOMECA 2015, 21 proyectos provinieron de organizaciones adjudicatarias de licencias, 16 de emisoras con licencias asignadas por Artículo 49, 40 de comunidades de Pueblos Originarios con autorización, 18 emisoras de TV con autorización precaria, 276 productoras, 58 emisoras de

radio con Reconocimiento 753 y 94 empadronadas. Estos números no sólo ratifican la importancia de la incorporación de la productora como figura legal pasible de participar en FOMECA sino que también dan cuenta del impacto de la inclusión del empadronamiento como encuadre legal que permitió a muchas organizaciones participar como emisoras, tal como se señaló previamente.

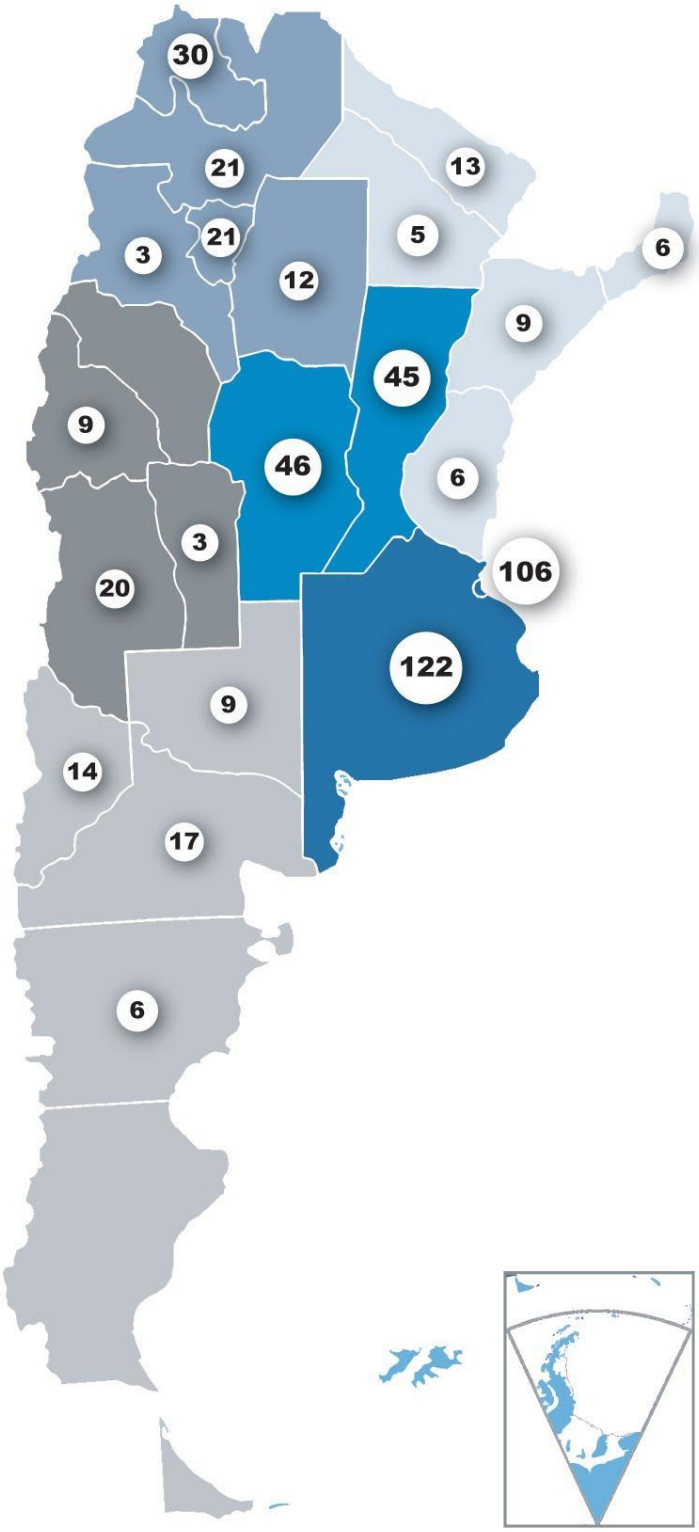
La distribución regional de lxs ganadorxs sigue mostrando una composición similar a años anteriores, con una marcada concentración en el centro del país. Del total de ganadorxs, 228 provinieron de la región Centro Metropolitano y 91 del Centro Norte. A su vez, el NOA volvió a ser la tercera región en cantidad de ganadores con 87 proyectos aprobados. Lo siguió la Patagonia con 46 ganadorxs, el NEA con 39 y Cuyo con 32. En cuanto a la distribución regional de los recursos, el Centro Metropolitano recibió $49.998.314,09, lo que representó un 45,79% de la erogación total anual. La siguiente región en recibir más recursos fue el NOA con $18.309.886 -un 16,78% del monto total-, seguida por el Centro Norte con $16.334.759,7 -un 14,96% del total-, la Patagonia con $8.901.331 -el 8,15% del total-, el NEA con $8.859.855 -que representa un 8,1% del total- y Cuyo con $6.792.700 -un 6,22% del total de los subsidios-. Si sumamos las dos regiones del centro, encontramos que de ellas provinieron el 61% de los proyectos ganadores y que recibieron el 60,75% de los recursos anuales. Estos porcentajes son prácticamente iguales a los registrados en 2014, por lo que se puede asumir que la distribución regional no varió para el año 2015.

Figura 18 - Distribución de los subsidios por región



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Figura 19 - Distribución provincial de proyectos ganadores



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

3.2.4. El FOMECA en el período 2013 - 2015

El Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual destinado al sector social y comunitario de la comunicación, que la ex AFSCA comenzó a implementar en el segundo semestre de 2013, planteó una serie de desafíos al Estado. En primer lugar, requirió una serie de herramientas y mecanismos concretos que necesitaron de una primera etapa de prueba y ensayo. Por un lado, fue necesario desarrollar en el organismo el dispositivo administrativo capaz de atender la demanda del sector y ejecutar el subsidio, ya que por primera vez el Estado asumía el rol de garante del fomento a la diversidad de voces y debió empezarse de cero esta tarea. Por otra parte, si bien el sector de medios alternativos, comunitarios y populares tenía un desarrollo histórico muy importante, como se observó previamente, y había tenido un papel activo en la disputa por el cambio de paradigma en la comunicación que se cristalizó en la sanción de LSCA, su experiencia partía de la *obligada* ilegalidad a la que el Estado y el sistema comercial de medios lo había confinado y, por lo tanto, no contaba aún con las condiciones para responder a los requisitos legales necesarios para acceder a una política pública dentro de las reglas existentes. Además, justamente como era la primera vez que el Estado incluía al sector social y comunitario de la comunicación, fue necesario desarrollar y profundizar los vínculos y articulaciones entre ambos para diseñar una política ajustada a las necesidades del sujetx beneficiarix. En esa articulación, el sector cumplió un rol activo y fue partícipe de la propia elaboración de la política.

En este marco, el primer concurso estuvo dirigido sólo hacia el segmento de radios comunitarias, con un mayor desarrollo histórico al momento del inicio de implementación de esta política, y mejores posiciones en relación a la formalidad requerida por los procedimientos del Estado. Luego de esto, y avanzando en el espíritu de fomento al pluralismo que impulsó esta política, se generaron instancias de diagnóstico que dieron como resultado un registro público de productoras a partir del cual se pudo ampliar el universo de organizaciones con posibilidad de acceder al subsidio. A su vez, la inclusión de esa figura legal permitió la participación de actorxs del campo audiovisual que, por cuestiones históricas, tecnológicas, de costos, etc., tenían un desarrollo más incipiente que las emisoras radiales comunitarias, lo cual se concretó en la primera convocatoria a concurso para producciones, que incluyó las audiovisuales, también en 2013. De esta manera, la ex AFSCA inició la implementación del FOMECA durante el segundo semestre de este año con 2 llamados a concurso, en los cuales se otorgaron $4.745.000 para 83 subsidios al sector.

Luego de este primer período de implementación, la política se amplió durante el año 2014. En primer lugar, se avanzó en la incorporación paulatina del sector audiovisual con nuevas líneas específicas para este y nuevos formatos, en lo que significó una primera diversificación del FOMECA por tipo de lenguaje. Por otro lado, demandas históricas del sector se tradujeron también en nuevas modalidades de financiamiento, como fue la gestión de

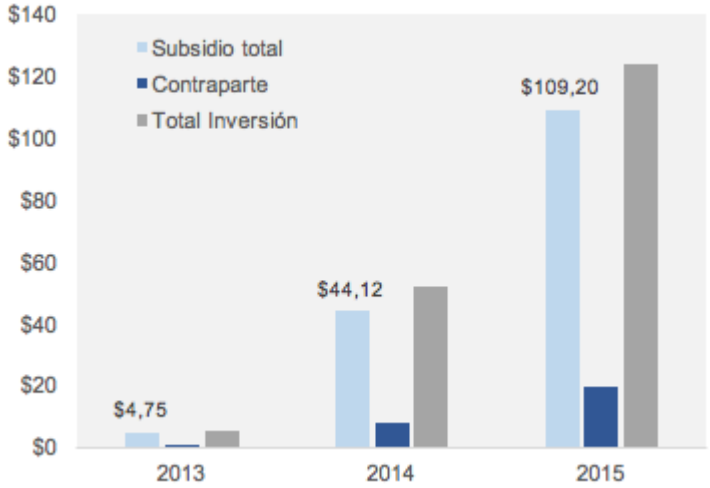
medios comunitarios. A su vez, la ampliación del universo de beneficiarixs tuvo su raíz en distintas decisiones políticas que permitieron un mayor reconocimiento de diferentes actorxs de la comunicación alternativa, comunitaria y popular ante la ex AFSCA. Entre ellas pueden mencionarse el desarrollo de concursos para el otorgamiento de licencias en el interior del país, la aplicación efectiva del artículo 49 de la LSCA que permitió otorgar licencias en forma directa, el reconocimiento y la inclusión como beneficiarias de las productoras sin fines de lucro, el otorgamiento de autorizaciones precarias a las emisoras de TV comunitarias que aún no contaban con licencias, y el empadronamiento de las radios comunitarias operativas en zonas de conflicto. Al mismo tiempo, se llevaron a cabo instancias de formación, talleres y encuentros nacionales organizados por la Dirección de Proyectos Especiales de la ex AFSCA que permitieron profundizar la participación y colaboración entre el Estado y el sector, y a muchas organizaciones avanzar en su formalización para estar en condiciones de acceder a los fondos. Así, durante 2014 el FOMECA abrió 7 líneas de concursos y entregó un total de $44.123.047,79 a los 416 proyectos que resultaron ganadores de los mismos.

En 2015 el FOMECA alcanzó su máximo desarrollo, en varios aspectos: en términos de otorgamiento de recursos, por primera vez la erogación total del año estuvo cercana a lo establecido en el art. 97 inciso f), 10% de la recaudación de la ex AFSCA en multas y gravámenes. En cuanto a su consolidación como política pública, el desarrollo y la *profesionalización* de la estructura administrativa y la articulación con lxs sujetxs beneficiarixs logró convertir al FOMECA en una herramienta plena de financiamiento para el sector comunitario. Su diversificación y ampliación en tanto canal de acceso para diversxs actorxs a los recursos del Estado se profundizó en este período sumando a las líneas específicas para cada tipo de lenguaje, convocatorias específicas también para los distintos tipos de medios -emisoras y productoras- y distintas modalidades -equipamiento y producción-. De esta forma hubo, por ejemplo, líneas de equipamiento para emisoras de radio y para emisoras de TV por separado, de producción para emisoras de radio, para productoras de radio, para emisoras de TV y para productoras audiovisuales. A su vez, continuó la incorporación de demandas históricas del sector, sumando en este período una línea de financiamiento para la conformación de redes de medios comunitarios, y otra para situaciones de emergencia. También se avanzó en los reconocimientos legales de las entidades, con la inclusión de las empadronadas a la categoría de emisoras, permitiéndoles pleno acceso a las líneas de financiamiento para aquellas, y la incorporación de las televisoras que recibieron ese año su licencia. En todo el año, el FOMECA convocó a 17 concursos para acceder a las distintas modalidades de subsidios y entregó $109.196.845,79 a 523 proyectos que resultaron ganadores.

Durante todo el período analizado en la presente investigación, entonces, la ex AFSCA entregó un total de $158.064.893,77 en subsidios para 1022 proyectos del sector social y

comunitario de la comunicación. Año a año, el organismo aumentó progresivamente el dinero destinado al financiamiento de los concursos: un 830% de 2013 al 2014 y un 147,5% de 2014 a 2015 -un 2200% si observamos de 2013 a 2015-. Durante los tres años completos, las entidades beneficiarias debieron desembolsar $27.890.804,80 en calidad de contraparte, lo cual significó un monto total de $181.146.235,13 en inversión en proyectos comunicacionales del sector.

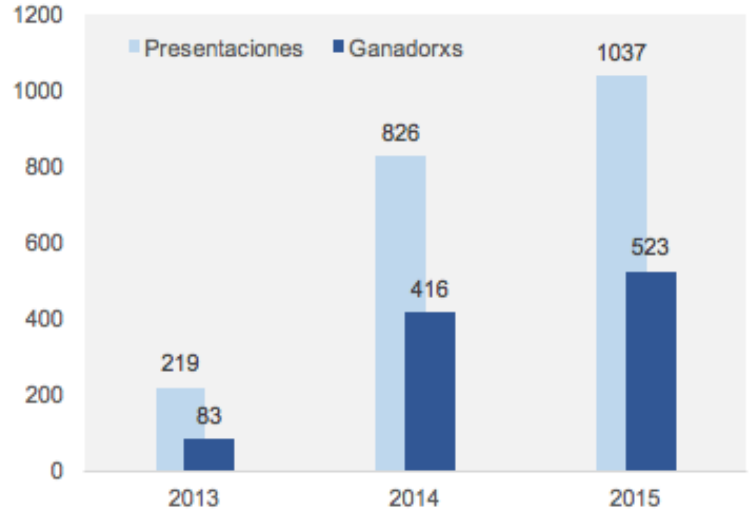
Figura 21 - Evolución del subsidio 2013-2015
(En millones de pesos)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

En total, se realizaron 26 llamados a concurso, 2 de los cuales no llegaron a efectuarse, en los cuales se registró un total de 2082 presentaciones, de las cuales las 1022 que resultaron ganadoras representaron un 49,09%.

Figura 22 - Diferencia y evolución de presentaciones y ganadorxs 2013-2015



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

A continuación, se detallará la cantidad de proyectos aprobados y los montos de subsidios entregados por cada línea de financiamiento:

Concurso	Subsidios	Monto total
Línea 1/2013 - Equipamiento e Infraestructura	23	$3.245.000,00
Línea 2/2013 - Producción	60	$1.500.000,00
Línea 1/2014 - Equipamiento para radios	18	$ 2.340.000
Línea 2/2014 - Comunicación con Identidad	20	$1.545.000
Línea 3/2014 - Producciones Audiovisuales	57	$ 5.200.000
Línea 4/2014 - Producciones Radiofónicas	129	$ 11.696.756,98
Línea 5/2014 - Gestión de medios comunitarios	43	$ 6.896.500
Línea 6/2014 - Producciones Audiovisuales	58	$ 11.072.491
Línea 7/2014 - Producciones Radiofónicas	91	$ 5.372.300
Línea 1/2015 - Equipamiento para radios	42	$7.860.839
Línea 2/2015 - Equipamiento e Infraestructura para TV	9	$7.438.594
Línea 3/2015 - Comunicación con Identidad	12	$1.852.000
Línea 4/2015 - Gestión de medios - 1° presentación	16	$4.199.200
Línea 5/2015 - Gestión de medios - 2° presentación	36	$10.625.382,79
Línea 6/2015 - Producciones Radiofónicas para emisoras	34	$4.617.559
Línea 7/2015 - Producciones Radiofónicas para productoras	67	$4.633.294
Línea 8/2015 - Producciones Audiovisuales para productoras	76	$13.847.790
Línea 9/2015 - Producciones Audiovisuales para emisoras	9	$11.699.800
Línea 10/2015 - Redes	28	$8.953.054
Línea 12/2015 - Equipamiento para radios	41	$7.334.731
Línea 13/2015 - Comunicación con Identidad	9	$1.659.315
Línea 14/2015 - Producciones Radiofónicas para emisoras	30	$4.495.687
Línea 15/2015 - Producciones Radiofónicas para productoras	48	$3.999.734
Línea 16/2015 - Producciones Audiovisuales para productoras	66	$15.979.866

TOTAL	**1022**	**$158.064.893,77**

Como se mencionó previamente, durante el período analizado se fue profundizando la distinción y especificación de las convocatorias a concurso, generando llamados específicos según el tipo de lenguaje -radiofónico o audiovisual-; según el tipo de entidad beneficiaria -sin fines de lucro o Comunidades de Pueblos Originarios- y según el tipo de medio -emisoras o productoras-. Por otro lado, cabe destacar que a partir del segundo año de implementación de la política, hubieron convocatorias que excluyeron a lxs ganadorxs de esas mismas categorías en años anteriores, ampliando así año a año el universo de entidades que accedían por primera vez a FOMECA. A esta especificación y lo que previamente nombramos *profesionalización* de esta política pública, es necesario sumarle que año a año el FOMECA fue incorporando líneas de financiamiento que fueron atendiendo, cada vez con mayor precisión y amplitud, las necesidades y demandas históricas del sector. No fue casual que luego de seis meses de implementación ya se incorporara una dimensión fundamental de las problemáticas del sector como es la gestión, que se diferencia tal vez de modos de financiamiento más directos o evidentes, como pueden ser el equipamiento o la producción, pero que tiene una relevancia vital para pensar la sostenibilidad de estos medios en el tiempo. El Estado partió del supuesto de que este aspecto era fundamental para el desarrollo y fortalecimiento del sector ya que sólo de esta manera las organizaciones lograrían acceder a los recursos disponibles para llevar adelante un medio de comunicación audiovisual. Y, a su vez, esto fue posible gracias a que las propias organizaciones tuvieron un rol activo no solo en la demanda sino también en el diseño del FOMECA. De esta manera se expresó esa nueva *racionalidad del Estado*, que incorporó directamente al sector social y comunitario de la comunicación como un sujeto activo de la política pública. El Estado Nacional se ubicó como garante de la democratización de la palabra al promover el surgimiento o fortalecimiento de nuevas voces que tuvieran a las organizaciones como protagonistas, pero también al promover su formalización.

> *Sin nuevas voces no es posible una nueva comunicación, y esta tiene que poder desarrollarse con elementos legales y contables sólidos y adecuados a la normativa vigente* (AFSCA, Cartilla de Gestión legal y contable para la comunicación popular en el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2015).

En esta misma dirección se entiende la convocatoria para el financiamiento a la conformación de redes. A diferencia de la *racionalidad* con la que el Estado abordó históricamente el vínculo con las entidades del sector, que osciló entre la indiferencia y la persecución, con el FOMECA, y en particular con esta línea de subsidios, en este período el Estado consideró a los medios sin fines de lucro aliados en la construcción de un mapa de

medios más plural y diverso. Lo que otrora había sido una estrategia defensiva para las organizaciones del sector, que habían conformado redes para fortalecer su posición en la agenda pública e intentar incidir en el desarrollo de las *PNC*, pasó a ser una estrategia de avanzada, a partir de esta revalorización de lo colectivo y del lugar de los medios sin fines de lucro por parte del Estado. Éste, no sólo no impidió la conformación de redes entre las entidades populares, alternativas y comunitarias, sino que la promovió como un engranaje significativo en la búsqueda de la democratización de la palabra.

Para ver cómo se concretó este espíritu del FOMECA y sus objetivos, realizaremos una descripción del otorgamiento de los subsidios durante los tres años analizados según las modalidades de concurso, los tipos de lenguaje, lxs sujetxs beneficiarixs, los tipos de medios, los encuadres legales de las entidades participantes y su distribución geográfica en el territorio nacional.

De 2013 a 2015, hubo 5 llamados específicos de equipamiento y adecuación edilicia para emisoras y 3 que financiaron la compra de equipamiento para radios de Comunidades de Pueblos Originarios. Del total de los 1022 proyectos ganadores, 162 correspondieron a esta categoría, lo cual significó un monto de $32.590.479. De este total, $25.151.885 correspondieron a emisoras de radio, con 153 proyectos ganadores, lo cual representó el 77,18% de toda la erogación en la categoría de equipamiento. Por su parte, las emisoras de TV tuvieron 9 proyectos aprobados por un total de $7.438.594, lo cual representó el 22,82% del monto entregado por el organismo para esta categoría.

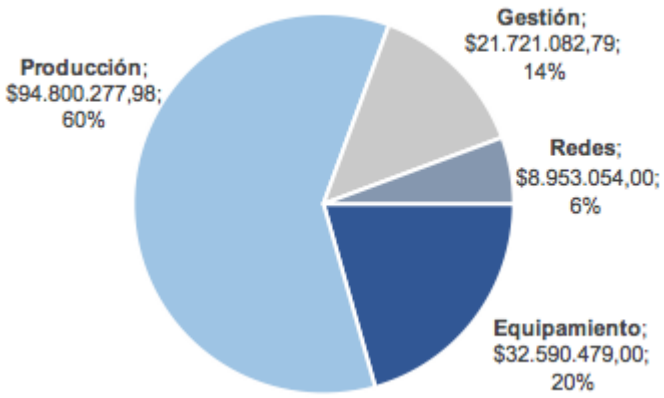
Si se centra el análisis en las categorías de producción, se puede observar que las diferentes líneas de financiamiento arrojaron un total de 737 proyectos ganadores, lo que significó una erogación total de $94.800.277,98. De ese total, $36.100.330,98 correspondieron a producción radiofónica, con 441 proyectos ganadores, lo cual representó un 38,08% de los subsidios entregados por la ex AFSCA en la categoría de producción. Por su parte, $58.699.947 correspondieron a producción audiovisual, con 296 proyectos ganadores, lo cual representó un 61,92% de la erogación total para esta categoría..

Por su parte, las 3 líneas de Gestión de Medios Comunitarios registraron un total de 95 proyectos ganadores por un monto de $21.721.082,79, lo cual significó el 13,74% de la erogación total del período. De este total, 79 proyectos correspondieron a entidades radiofónicas, por un total de $18.140.940,79, lo cual representó un 83,2% de la erogación total para la categoría de Gestión. A su vez, 16 proyectos ganadores fueron de emisoras de TV por los que obtuvieron $3.580.142 en subsidios, un 16,48% del total entregado por las líneas de Gestión. Por último, la única Línea de financiamiento para Redes tuvo 28 proyectos ganadores, por un monto total de $8.953.054. De estos, 21 de los proyectos que resultaron ganadores correspondieron a entidades radiofónicas -emisoras y productoras- que recibieron por ellos $7.329.487, es decir un 81,87% del total de los fondos entregados para esta

categoría. Por su parte, las productoras audiovisuales ganaron 7 proyectos por un total de $1.623.565, lo que representó el 18,13% de la erogación total para esta modalidad de financiamiento.

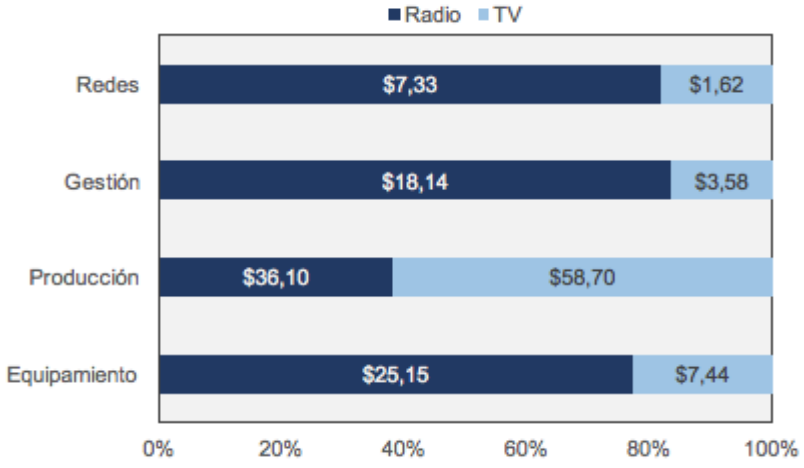
La significativa diferencia del acceso a estas últimas dos categorías entre las entidades radiofónicas y las audiovisuales, corresponde más a la realidad y conformación concreta del sector social y comunitario de la comunicación, que a una decisión particular del Estado de fomentar más a unas que a otras. Como se señaló en diferentes oportunidades, el desarrollo histórico de las radios las encontró en el momento de la implementación de esta política con un despliegue mayor en términos de acceso a reconocimiento legal, cantidad de emisoras instaladas, acceso a la tecnología necesaria para el establecimiento de un medio de comunicación, distribución territorial, y experiencia en gestión de proyectos y recursos frente a las entidades audiovisuales. Las categorías mismas de los subsidios para la gestión y las redes apuntan más a la consolidación de medios existentes que a la conformación de otros nuevos, y allí tal vez se encuentre una explicación a la disparidad en la participación en las mismas por parte de entidades radiofónicas y audiovisuales.

Figura 23 - Subsidios totales según modalidad de concurso en período 2013-2015



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Figura 24 - Distribución del total de los subsidios por modalidad y tipo de lenguaje
(En millones de pesos)



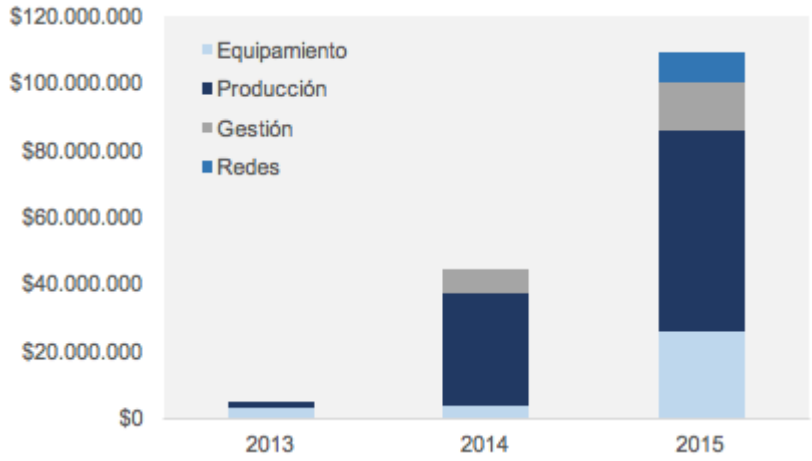
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Si se estableciera una jerarquización del total del subsidio entregado por el Estado en este periodo, considerando sus diferentes modalidades, los números permiten afirmar que, del año 2013 al 2015, la producción de contenidos fue la categoría con mayor cantidad de dinero otorgado por la ex AFSCA. Esto significó un 59,98% del total de los subsidios de este período, lo cual marca con claridad que esta fue la categoría que el Estado priorizó a la hora de pensar en el fomento al pluralismo y a la diversidad de voces. Fue esta la modalidad que no sólo contó con la mayor cantidad de llamados a concurso sino que, a su vez, concentró la mayor demanda de subsidios durante los tres años analizados: 1682 presentaciones, que representaron el 80,79% de las 2082 totales del período en cuestión. Estos datos permiten afirmar que esta categoría fue la que posibilitó el acceso de mayor cantidad de entidades a esta política pública, lo cual puede interpretarse como la consecuencia lógica de la mayor facilidad en el acceso a la producción de contenidos que a la constitución y sostenimiento de una emisora. En ese sentido, puede deducirse que el Estado entendió que esa ampliación del universo de actorxs del sistema mediático era una forma prioritaria de fomento al pluralismo. No por casualidad, el *slogan* del organismo durante los tres años de aplicación de esta política fue *"más voces, más democracia"*. Por otro lado, la modalidad de producción fue la única en la que la participación de las entidades audiovisuales en el total de la erogación fue mayor al de las entidades radiofónicas. De alguna manera esto puede ser también reflejo de la composición del sector, en el cual las organizaciones audiovisuales comunitarias, alternativas y populares, son un sujeto más novedoso y, por lo tanto, resulta lógico que la producción haya sido lo que les permitió una mayor participación en la política pública ya que requiere menores costos y complejidades que la instalación de un medio.

A esta categoría la siguió la de equipamiento, con 162 proyectos ganadores y una erogación de $32.590.479, que significó un 20,62% del total de los subsidios entregados. Esto puede ser entendido como un impulso del Estado a la consolidación de las emisoras radiofónicas existentes, ya que para acceder a estas líneas de financiamiento, las entidades debían contar con un reconocimiento legal al que sólo podrían acceder si ya eran medios consolidados, exceptuando las radios de Comunidades de Pueblos Originarios, que pueden acceder por ley a autorizaciones a demanda, de manera que pudieron haber ganado concursos para la instalación de las emisoras. Cabe aclarar en este punto que hubo organizaciones que, a partir de la incorporación del empadronamiento en 2015, pudieron acceder a líneas de financiamiento para equipamiento en pos de la instalación, por primera vez, de una emisora de radio, con lo cual se amplió el universo de las existentes. La tercera categoría que más recursos recibió fue la de gestión de medios con el 13,74% mencionado y, por último, la categoría de redes que representó un 5,6% del total de los subsidios. Ambas pueden encuadrarse en la misma descripción que la categoría de equipamiento, ya que el

acceso al financiamiento en estas modalidades se concentró significativamente en las emisoras de radio. Cabe también destacar la nada despreciable participación en el total de la erogación de este período del financiamiento a redes, ya que con un solo llamado alcanzó un porcentaje considerable debido a los altos montos de cada proyecto aprobado, lo cual demuestra la relevancia que para el Estado tuvo el fomento a la articulación entre medios comunitarios para fortalecerlos dentro del sistema comunicacional argentino.

Figura 25 - Evolución por año de los subsidios según modalidad de concurso en el período 2013-2015



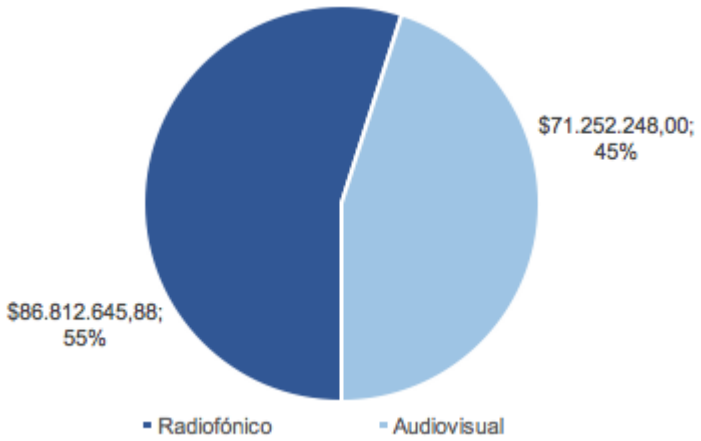
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Si se focaliza el análisis en la distribución de los recursos por tipo de lenguaje, el acumulado del período 2013-2015 muestra una supremacía del radiofónico por sobre el audiovisual en todos los años relevados, pero que fue equiparándose progresivamente a medida que el FOMECA fue diversificando sus líneas y atendiendo más específicamente a cada sujetx del sector. Al considerar los totales, se observa que las emisoras y productoras de radio recibieron en este período $86.812.645,88, lo cual representó el 54,92% de la erogación total del período para esta categoría. Por su parte, las emisoras y productoras de TV recibieron $71.252.248, es decir, el 45,08% de ese total. Dichos montos correspondieron a 697 proyectos ganadores para el lenguaje radiofónico, un 68,20% del total de proyectos aprobados, y a 325 proyectos ganadores para el lenguaje audiovisual, lo cual representó el 31,80% de todas las aprobaciones del período.

En el año 2013 esta distribución había sido de 82,93% de los subsidios para los proyectos de lenguaje radiofónico -$3.935.000,11-, y 32,53% para los de lenguaje audiovisual -$810.000-. Aquí sólo se entregaron recursos al equipamiento y la producción, y el hecho que fueran las primeras líneas de fomento hizo que tuvieran un mayor acceso a ellas las entidades más desarrolladas y consolidadas del sector. Ya en 2014, con las productoras más establecidas como un actxr dinámico del universo de los medios comunitarios, alternativos y populares, la diferencia fue de 60,42% del subsidio anual para proyectos radiofónicos -$26.660.556,98- y 39,58% para los proyectos audiovisuales -$17.462.491-. Cabe destacar la

participación de las productoras audiovisuales en la equiparación de los porcentajes, ya que las emisoras de TV solo ganaron en este año 21 proyectos por $1.031.000, por lo que todo el resto de la erogación para el lenguaje audiovisual fue resultado de proyectos generados por productoras. Esto cobra más fuerza si se tiene en cuenta que en ese año se incorporó por primera vez una línea de financiamiento a la gestión de medios, de la cual las emisoras de radio ganaron el 82,75% de los subsidios, inclinando aún más la balanza hacia el lenguaje radiofónico. Por último, en 2015 la distribución fue del 51,48% de los subsidios para proyectos radiofónicos -$56.217.088,79-, y 48,52% para proyectos audiovisuales -$52.979.757-. Aquí se observa prácticamente una paridad, que se explica en el crecimiento de las productoras audiovisuales y la incorporación por primera vez de licenciatarias de TV que pudieron concursar por equipamiento, para lo cual se destinó una línea específica. Este crecimiento del lenguaje audiovisual en la incidencia del total de los subsidios fue mayor al crecimiento del lenguaje radiofónico, incluso a pesar de que hubo este año 2 líneas de gestión en las cuales las emisoras de radio recibieron el 83,88% de los subsidios, y se convocó por primera vez al financiamiento para redes, donde también las radios se quedaron con el 81,87%.

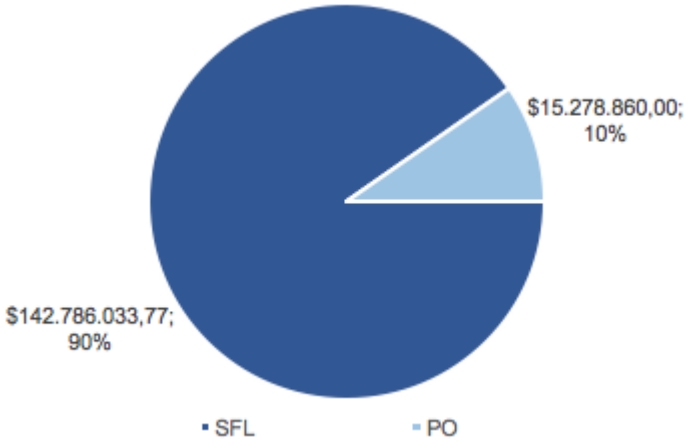
Figura 26 -Distribución de los subsidios según tipo de lenguaje en el período 2013-2015



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

En relación a la distribución de ganadorxs por tipo de actxr, en todo el período se observa un claro predominio de las organizaciones sin fines de lucro, que ganaron 921 proyectos por un total de $142.786.033,77 en subsidios, por sobre las Comunidades de Pueblos Originarios que tuvieron 101 proyectos aprobados con $15.278.860 asignados en subsidios. En términos interanuales esta distribución se mantuvo estable: 85,31% del subsidio total para las sin fines de lucro y 14,69% para las Comunidades de Pueblos Originarios en 2013; 87,37% contra 12,63% en 2014; y 91,75% contra 8,25% en 2015. Puede afirmarse en base a esta evolución de las distribuciones entre los tipos de beneficiarixs, que esta es la composición estable del sector.

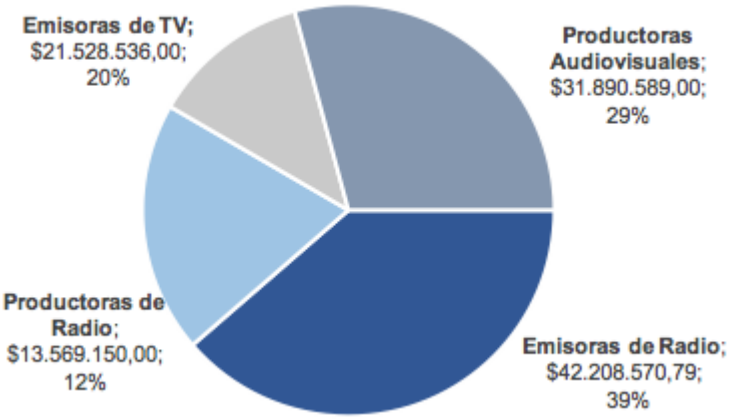
Figura 27 - Distribución de los subsidios según sujetx beneficiarix en el período 2013-2015



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Si se centra la mirada en los tipos de medios que accedieron al FOMECA durante los primeros tres años de su aplicación, se observa que 429 proyectos ganadores provinieron de emisoras, que recibieron por estos un total de $87.228.192,88. Esto representó un 55,19% de la erogación total anual. De estos proyectos, 378 correspondieron a emisoras de radio y 51 a emisoras de TV. Por su parte, 593 proyectos ganadores provinieron de productoras, que recibieron un total de $70.836.701. Esto representó un 44,81% de la erogación total anual. De estos proyectos, 321 correspondieron a productoras de radio y 272 a productoras audiovisuales.

Figura 28 - Distribución de los subsidios según tipo de medio en el período 2013-2015



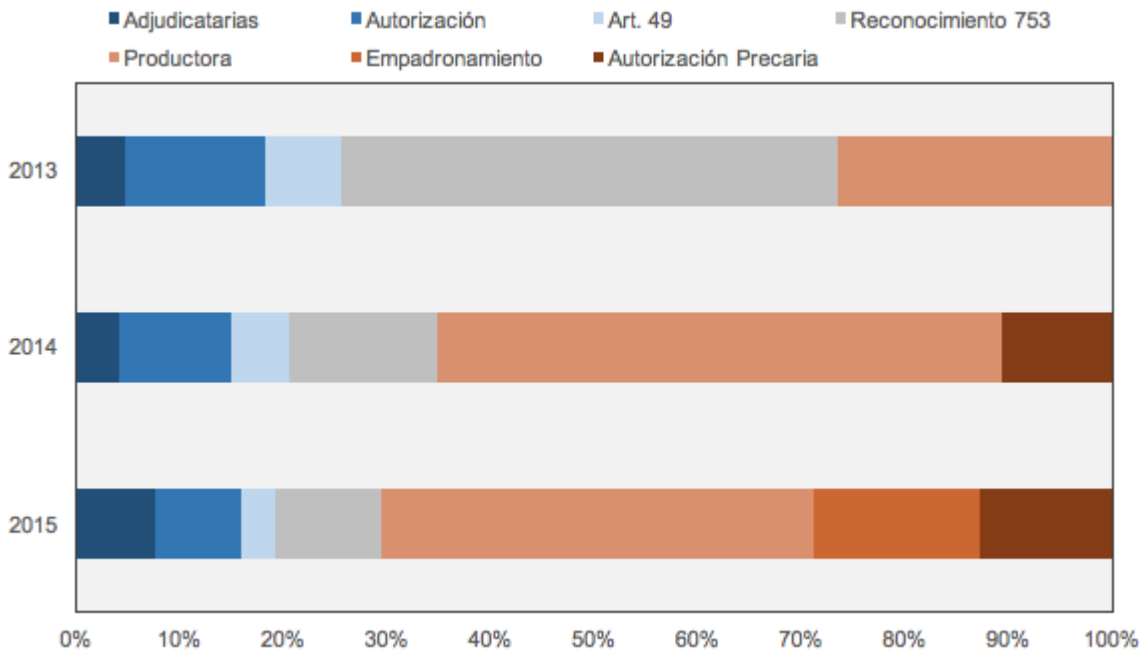
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Con respecto al encuadre legal de las entidades ganadoras de FOMECA en el período 2013-2015, 39 proyectos provinieron de organizaciones adjudicatarias de licencias, 41 de emisoras con licencias asignadas por Artículo 49, 92 de comunidades de Pueblos Originarios con autorización, 39 de emisoras de TV con autorización precaria, 592 de productoras, 125 de emisoras de radio con Reconocimiento 753 y 94 de empadronadas. Estos números del período permiten observar la composición del sector social y comunitario de la comunicación,

y la evolución de la incidencia de cada figura en el total del universo es un indicador de cómo se fue incorporando a la legalidad a diferentes actorxs. En la figura 29 podemos observar cómo los encuadres legales que implican la tenencia de una licencia o una autorización se mantuvieron relativamente estables en términos proporcionales durante el período analizado. A su vez, la fuerte incidencia del reconocimiento 753 en el año 2013 se explica por el hecho de que la gran mayoría de los subsidios de ese año estuvieron destinados a emisoras, y este encuadre legal es el predominante en este tipo de medios. Por su parte, la incorporación de las productoras muestra su gran impacto resultando la principal figura del período, y la reducción de su incidencia se da progresivamente con la incorporación de dos encuadres, la autorización precaria y el empadronamiento que, en 2014 y 2015 respectivamente, permitieron la recategorización como emisoras a muchas entidades.

A partir del análisis de los encuadres legales de las organizaciones en el período analizado, se puede afirmar que en el 2013 la composición del sector demostraba aproximadamente un 75% de entidades que contaban con mayor grado de formalidad y estabilidad, mientras que el 25% restante sólo había podido acceder a la figura de productora. En 2014, esa proporción se modificó a partir del crecimiento de las productoras que tuvieron una participación en FOMECA de alrededor del 55%. Sin embargo, para la finalización del último año de ejercicio del FOMECA analizado en la presente investigación, observamos un universo del sector social y comunitario de la comunicación expandido en la cantidad de actorxs y con una composición proporcional en la cual alrededor del 60% de las entidades tuvieron encuadres legales que les permitieron acceder a las líneas de financiamiento estructurales como emisoras constituidas. Es necesario también aclarar, a los efectos de clarificar el gráfico, que la composición que se muestra no revela las diferencias en cantidad de proyectos, por lo cual es necesario entenderlo en perspectiva proporcional, ya que el último año comprendido fue un 530% mayor en términos de cantidad de proyectos que el primero.

Figura 29 - Evolución de los encuadres legales de lxs ganadorxs de FOMECA en el período 2013-2015
(2013: 83 ganadorxs - 2014: 416 ganadorxs - 2015: 523 ganadorxs)



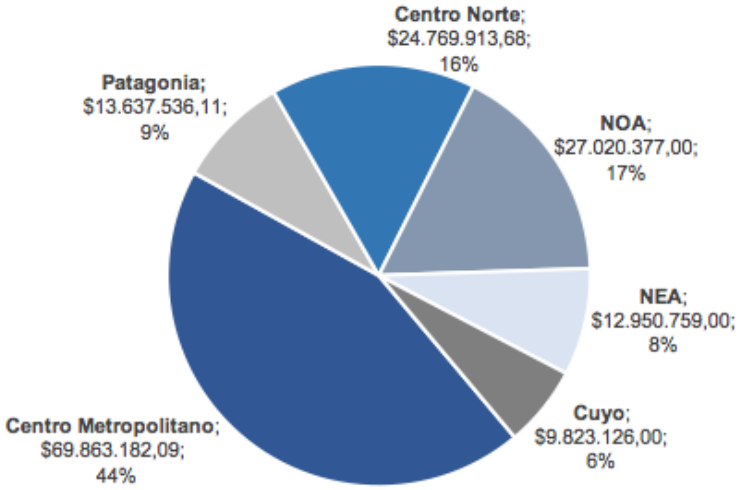
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

La distribución regional de lxs ganadorxs, si bien varió considerablemente dependiendo de los diferentes subsidios otorgados, tuvo en términos generales una continuidad marcada por la concentración, tanto de las presentaciones como de los proyectos ganadores, en el Centro Metropolitano. Fueron 414 lxs ganadorxs de esta región, un 40,51% del total de proyectos aprobados, y recibieron $69.863.182,09 lo que representó el 44,20% del total de subsidios otorgados durante el período relevado. Resulta interesante remarcar la participación de las entidades del NOA, que convirtieron a esa región en la segunda que más más recursos recibió por sus proyectos aprobados, $27.020.377, el 17,09% de la erogación total el FOMECA en 2013-2015. A su vez, esta región fue la tercera en materia de proyectos aprobados, con 173 ganadores, correspondiente al 16,93% del total. El Centro Norte tuvo nueve ganadorxs más que el NOA, constituyéndose en la segunda región desde esta perspectiva con 182 proyectos aprobados, un 17,81% del total. En cuanto a los recursos recibidos, el Centro Norte fue la tercera región detrás del Centro Metropolitano y el NOA, habiendo recibido $24.769.913,68, lo cual significó el 15,67% del monto total entregado por el organismo en este período. La cuarta región tanto en recursos recibidos como en ganadorxs fue la Patagonia, con 101 proyectos aprobados -9,88% del total- por los cuales recibió $13.637.536,11 que representó un 8,63% del subsidio total de 2013-2015. La siguió el NEA con 85 ganadorxs -8,32% del total- y $12.950.759 recibidos en términos de subsidios, un 8,19% de la erogación total. Finalmente, la región de Cuyo tuvo 67 proyectos aprobados -

6,56% del total de ganadorxs-, por los cuales recibió $9.823.126 en subsidios, lo que representó el 6,21% del monto total de subsidios del período relevado.

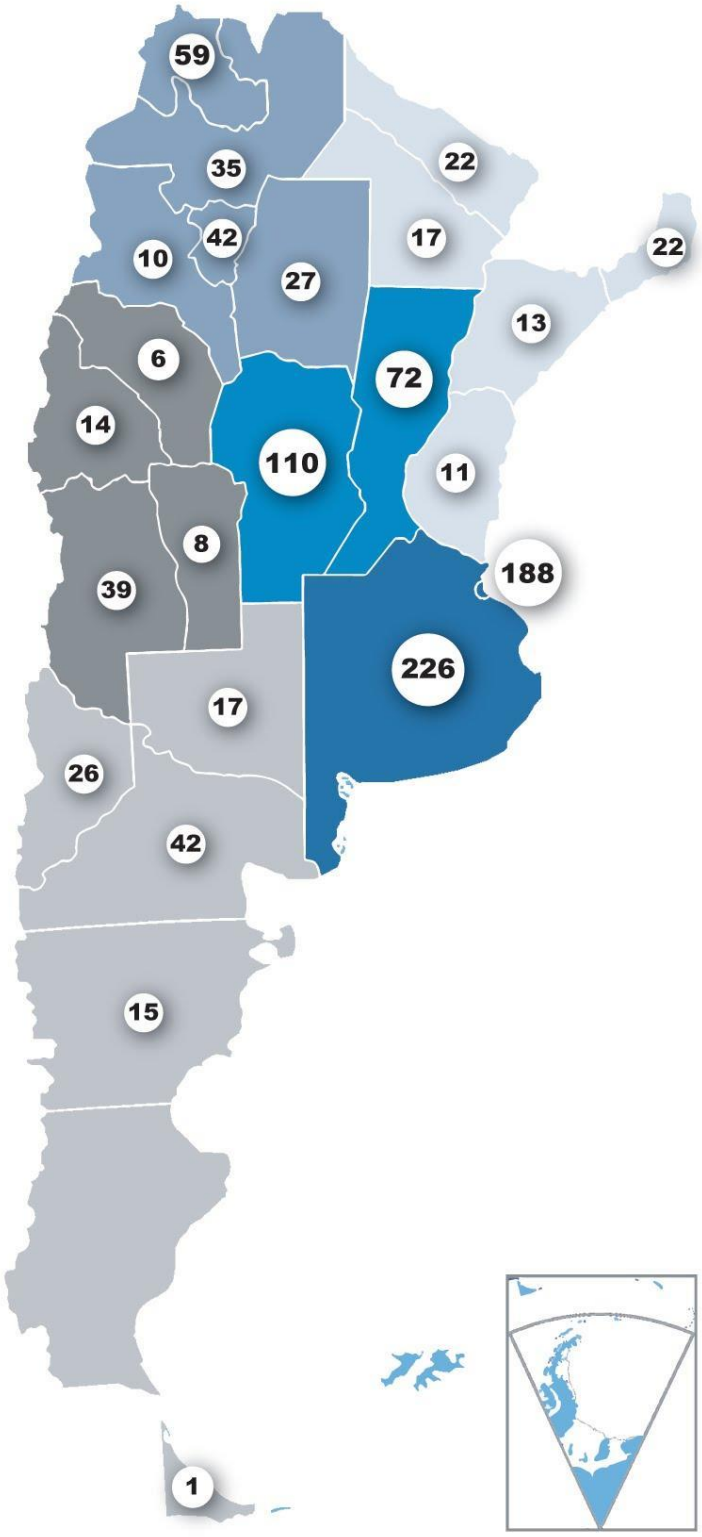
Esta distribución, como mencionamos anteriormente, tiene más que ver con la conformación histórica del sistema mediático argentino, e incluso con la composición geográfica socio-económica del país, que con una responsabilidad del organismo en cuanto al otorgamiento de los subsidios. Si bien la intervención del Estado con políticas de fomento siempre debe apuntar a una distribución equilibrada y equitativa en el territorio, resulta difícil imaginarse que una sola política aislada pueda revertir toda la estructura mediática y económica del país. Sin embargo, lo que el FOMECA sí permitió fue la inclusión de actorxs nunca habían incorporadxs al universo de voces de sistema comunicacional argentino.

Figura 30 - Distribución regional de los subsidios en el período 2013-2015



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

Figura 31 - Distribución provincial de proyectos ganadores



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AFSCA

En base a un ranking de ganadorxs elaborado por la DPE al que pudimos acceder, durante el período 2013-2015 se registró la participación efectiva de 475 organizaciones. A continuación se muestra la distribución de cantidad de proyectos ganados por organización:

Cantidad de proyectos ganados	Cantidad de organizaciones ganadoras
1 proyecto	260
2 proyectos	87
3 proyectos	46
4 proyectos	24
5 proyectos	20
6 proyectos	17
7 proyectos	10
8 proyectos	7
9 proyectos	1
10 proyectos	2
12 proyectos	1

La suma de los proyectos ganados por cada organización en este ranking muestra una mínima discrepancia de 15 proyectos con respecto a las distintas bases de datos a las que pudimos acceder para la presente investigación y sobre las cuales elaboramos los análisis del FOMECA. Sin embargo, consideramos que esta diferencia no impacta significativamente en el mapa general del sector que se construyó a lo largo del análisis. Estos números nos permiten aportar información valiosa a un necesario y pendiente mapeo de la efectiva composición del sector de medios comunitarios, alternativos y populares. A su vez, podemos decir que esas organizaciones, muchas de ellas preexistentes a esta política de fomento y otras nacidas al calor de su implementación, se vieron fortalecidas a partir de los diferentes subsidios recibidos, y en diferentes aspectos de su estructura y funcionamiento. Al respecto, Larisa Kejval manifestó en una entrevista para esta investigación

> *vos vas hoy a una de estas radios que fue beneficiada por el FOMECA y se nota la diferencia; en ese momento ibas y se notaba la diferencia con los años anteriores, lo que significó la posibilidad de acceder a esos recursos.*

> *Fundamentalmente en equipamiento, la posibilidad de renovarlo. Piensen que la posibilidad de renovar estudio, equipamiento, son inversiones grandes para las radios. Significó mucho sin lugar a dudas. También la puesta al día de las organizaciones, que lo que tuvo de interesante, y esto no es consecuencia directa del FOMECA, si indirecta, que empezaron muchas radios a pensar en términos de profesionalización de sus trabajadorxs, de trabajo digno y remunerado para trabajadorxs* (L. Kejval, comunicación personal, 11 de julio de 2018).

En la misma dirección, pensando sobre los saldos concretos que el FOMECA le dejó al sector en tanto política pública de fomento, Brenda Daney expresó

> *el balance que te puedo hacer de los primeros tres años es que primero y en principal soy la primera convencida de que el fomeca existe y que vale la pena, de que existe en el sentido de que tuve la oportunidad de visitar muchos medios comunitarios y de ver el FOMECA "ao vivo", "in the flesh". Quiero decir, ver el equipo que compraron, ver la sala que acustizaron, ver el transmisor, ver la antena, ósea ver. Eso no te lo quita nadie, no importa cuántas gestiones de Macri vengan, yo voy a seguir creyendo en el fomeca.*

Con la recopilación, sistematización y análisis de estos datos buscamos aportar a la importante tradición de estudio de la comunicación popular en nuestro país, con el fin de construir conocimiento que pueda ser una herramienta más en el objetivo político de la democratización de las voces argentinas.

4. Conclusiones

A lo largo de los capítulos precedentes analizamos en qué medida el FOMECA, política pública llevada adelante por la ex AFSCA, aportó al desarrollo y fortalecimiento de las voces del sector de medios alternativos, comunitarios y populares en el período 2013-2015. Procuramos indagar en qué medida cumplió su objetivo de acompañar la lucha del sector y realizar un aporte al desarrollo de su estructura, sostenibilidad y consolidación como actor en el mapa de medios de nuestro país, para lo cual desarrollamos un exhaustivo análisis de cada uno de los concursos y la distribución de los subsidios en relación a diferentes criterios. Asimismo, a partir de la hipótesis planteada inicialmente y desde los supuestos teóricos que asumimos, nos propusimos comprender si el FOMECA fue una política fundamental que aportó a la garantía de las propias condiciones de reproducción de los medios del sector, para fomentar el pluralismo y la diversidad en los medios de nuestro país, con el fin de democratizar la palabra. Las definiciones teóricas generales, la comparación con otras legislaciones que fomentan el pluralismo en Europa y la descripción del desarrollo histórico del sistema mediático, tanto comercial como sin fines de lucro, de nuestro país resultaron fundamentales para realizar un análisis profundo y nos permitieron comprender las definiciones desde las que parte el FOMECA como política pública y qué debates - teóricos, económicos, políticos - cristaliza.

Para ello, resultó primordial partir de la pregunta *por qué defender la libertad de expresión* para comprender luego el rol que debe cumplir el Estado en la defensa de ese derecho, limitando la concentración monopólica de la propiedad de los medios y fortaleciendo la construcción plural y diversa de las representaciones socializadas por los mismos, a través del diseño de una política nacional de comunicación que tenga como meta la democratización de la comunicación, sobre todo a partir de la incorporación de voces diversas y plurales que entiendan a la comunicación como derecho y no como un negocio. Este fue el eje central del Capítulo 1 del presente trabajo.

La respuesta a la primera pregunta mencionada significó realizar un recorrido por las diferentes concepciones acerca de la libertad de expresión a lo largo de la historia y los distintos paradigmas o agendas en torno a ella en el debate político y académico, partiendo del supuesto de que la libertad de expresión no es algo estático sino que es una dimensión histórica y, por lo tanto, construida socialmente. Esta definición resultó fundamental para repensar qué se trató de defender en cada contexto, sobre qué bases y con qué objetivos. En ese sentido, observamos que se pasó de entender a la libertad de expresión como un derecho individual y negativo, que debía ser protegido ante cualquier intervención y censura del Estado, a una concepción que la entendía como un derecho tanto individual como colectivo que, por

el contrario debía ser protegido y fomentado. Esta nueva agenda ponía de manifiesto problemáticas relacionadas con la democratización de las comunicaciones, la diversidad y pluralidad, los límites a la concentración de la propiedad y la universalidad del acceso a la comunicación, todas surgidas en el debate a partir del análisis de las consecuencias negativas de la ausencia del Estado - o su complicidad con el poder económico -. Se desacralizó la idea de los medios de comunicación como actores neutros y objetivos y se planteó el supuesto de que el ejercicio del derecho humano a la comunicación se vuelve fundamental para el fortalecimiento de un Estado democrático. En este sentido, consideramos la libertad de expresión como un derecho inseparable de otros fundamentales, como el derecho a la participación, a la identidad, el uso del espacio público, etc. y, con ello, afirmamos que se vuelve un instrumento fundamental para el ejercicio de derechos económicos, sociales y culturales. A su vez, dimos cuenta que es fundamental para la formación de la opinión pública y, por lo tanto, para la vida democrática de una sociedad.

Señalamos que los organismos internacionales fueron reconociendo este derecho y expresando, a través de declaraciones, fallos, tratados y pactos vinculantes, cuáles debían ser las obligaciones de cualquier Estado para garantizar su protección y promoción. De esta manera, ubicamos a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y al FOMECA en el marco de estas definiciones, que manifestaron que el Estado debía tener un rol activo en la prestación de los servicios de comunicación para garantizar la universalidad en el acceso, la pluralidad de lxs actorxs presentes en la sociedad y la diversidad de voces que la caracterizan. La limitación del poder de los grupos concentrados y dominantes y la incorporación de nuevxs prestadorxs al sistema se constituyeron como dos acciones centrales para asegurar la diversidad y la multiplicidad de voces y, de acuerdo con los foros internacionales, debían cristalizarse en reglas jurídicas y políticas públicas.

Como mencionamos en reiteradas oportunidades a lo largo del presente trabajo, sostener que el Estado debe cumplir un papel fundamental en la defensa de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación de toda la sociedad, en condiciones de igualdad, implica partir del supuesto de que existen sujetos sociales con distintos -y desiguales- tamaños, orígenes y pesos pero los mismos derechos. También implica suponer que, en la actualidad, el límite más claro a la libertad de expresión, con censura, discriminación de actorxs, control de opiniones y selección de informaciones, es la propiedad de los medios de comunicación. En las últimas décadas, la información se ha convertido en una mercancía y, por lo tanto, en un bien patrimonial para sus dueñxs. Afirmamos que esto atenta directamente contra el derecho a expresarse y comunicar ya que no todxs tienen las mismas condiciones de acceso a esa propiedad. Lxs excluídxs e históricamente postergadxs no pueden contar y, por si fuera poco, son contadxs por los que sí tienen acceso. Como no todxs disponen de las

mismas condiciones, como resaltamos en el Capítulo 1, debe ser el Estado el que garantice un acceso igualitario y garantizar condiciones de igualdad.

El papel dominante y hegemónico de los medios tradicionales es hoy una de las principales restricciones a la libertad de expresión debido a la capacidad que poseen de restringir el acceso de nuevxs prestadorxs al sistema y de homogeneizar contenidos y miradas. Los medios de comunicación de masas se constituyen como formas de experimentar el mundo y condicionan los marcos de percepción e interpretación de esa experiencia, modifican prácticas, producen y reproducen sentidos que instalan agendas, legitiman y extienden problemáticas. La capacidad de mediar entre la experiencia individual y colectiva y lo real, concentrada en pocas manos, limita el derecho de lxs individuxs y de la sociedad en su conjunto a obtener la mayor variedad de opiniones, visiones e informaciones posibles para tomar sus propias decisiones. Frente a este escenario, la defensa de la libertad de expresión, la preservación y el fomento del pluralismo y la diversidad se convierten en desafíos centrales.

Sin embargo, como vimos también en el Capítulo 1, la concentración es una variable fundamental pero no la única para analizar los niveles de pluralismo en la producción y consumo de bienes simbólicos de una sociedad. Debido a lo que definimos, siguiendo a Miguel de Bustos, como la doble naturaleza de las mercancías culturales, no es suficiente con regular sólo la propiedad de los medios y garantizar el ingreso de nuevxs actorxs, poniendo el énfasis en el aspecto económico y cuantitativo del problema. Hay que tener en cuenta, también, que las mercancías culturales poseen un aspecto simbólico en tanto generan un impacto en la esfera pública y que, por lo tanto, deben ser consideradas de manera compleja y total en ambos aspectos. Es por eso que, luego de preguntarnos sobre qué es la libertad de expresión y cuál es el rol del Estado en su protección, reflexionamos sobre qué es el pluralismo y la diversidad y de qué manera las políticas nacionales de comunicación deben procurar su fomento, con el objetivo de democratizar la comunicación.

Explicitamos, entonces, uno de los supuestos teóricos que orientó nuestra investigación: el pluralismo es un valor normativo que busca que, en los medios de comunicación, se reflejen o representen todos los factores que expresen la diversidad y la pluralidad que caracteriza a la sociedad, es decir que asegura que dicha pluralidad esté presente y se fortalezca. Sólo cuando está presente esa pluralidad en los medios de comunicación podemos hablar de pluralismo y, es por eso que, el objetivo de cualquier política pública de comunicación debe tender a alcanzarlo, perfeccionarlo y profundizarlo. Recuperamos este supuesto para subrayar que, para garantizar el pluralismo, se debe avanzar en la diversidad de determinados factores, como señalaron lxs Relatorxs de Libertad de Expresión de todos los Sistemas de protección de Derechos Humanos en una declaración conjunta: la diversidad de medios de comunicación (tipos de medios), de fuentes (propiedad de los medios) y de contenido (producto de los medios).

El Estado debe desarrollar políticas públicas que permitan el acceso de todxs, en condiciones de igualdad y sin discriminación, sobre todo atendiendo la dificultad -e imposibilidad impuesta- de los sectores históricamente excluidos de dar a conocer su voz a través de los medios masivos. Dimos cuenta que los medios comunitarios son fundamentales en nuestra región porque dan a conocer la historia y las costumbres de esos sectores y comunidades que tradicionalmente han tenido vedada su participación en la producción y circulación social de sentidos. El rol social de estos tipos de medios tiene que ver con representar esa diversidad históricamente oculta en las pantallas o construida desde la estigmatización, el rechazo y la discriminación.

A partir de estas definiciones, pudimos afirmar que el FOMECA fue una política pública que se enmarcó en un intento por desarrollar en la Argentina un sistema comunicacional que respondiera a la necesidad de desarrollar una PNC que, por primera vez, cumpliera las deudas con estos sectores de la comunicación. Investigamos en qué medida el Estado buscó fomentar la diversidad y el pluralismo, primero, a través de la sanción de una Ley que entendió la comunicación como un derecho y que reconoció un lugar específico para los medios sin fines de lucro y, segundo, mediante el diseño de una política de financiamiento que le permitiera a estos actores generar sus propias condiciones de sostenibilidad como aporte a la construcción de un sistema mediático desconcentrado, descentralizado y pluralista. En definitiva, un sistema de comunicaciones que fortaleciera la democracia buscando y fomentando el acceso y la participación en él de todxs lxs ciudadanxs.

Por su parte, al final del capítulo 1 abordamos los modelos europeos de subvenciones a la prensa en pos de conocer la experiencias y formas en que, en otras latitudes y contextos, estos valores se pusieron en juego, y lograr desde allí un marco comparativo con el proceso de implementación del FOMECA y su espíritu como política pública de fomento al pluralismo. Encontramos que en ese continente los sistemas públicos de comunicación resultaron la matriz principal de desarrollo en la mayoría de los casos, frente a los cuales los medios privados tuvieron roles subsidiarios. Por otro lado, en los sistemas más liberales donde esta tendencia se vio moderada por el fuerte y temprano desarrollo del mercado de medios privados, el rol de los Estados frente a esto fue concebido desde una *lógica negativa de intervención* en la cual sólo debía limitarse a garantizar condiciones de libre competencia en el mercado. Como analizaríamos luego en el contexto histórico de las PNC en la Argentina, aquí el proceso fue opuesto en el sentido de que, durante diferentes períodos históricos, fue el propio Estado nacional quien intervino activamente para garantizar las condiciones de expansión de los conglomerados mediáticos privados y la oligopolización del sistema.

Analizando los contextos, llegamos también a la conclusión de que, frente a la generalidad de los Estados europeos en donde los niveles de inclusión social y económica de las poblaciones convierte a la preocupación por el pluralismo en una cuestión de coexistencia

de voces que evite los oligopolios, en nuestro contexto, argentino y latinoamericano, se trata de la inclusión en el entramado social general de grupos sociales excluidos, a través de su incorporación al sistema comunicacional del país. De todas formas, podemos marcar algunos puntos de contacto del proceso de la LSCA en general y el FOMECA en particular con ciertos aspectos de los modelos europeos. El análisis de los mismos nos permitió identificar al FOMECA como una *ayuda directa* de *intervención positiva* del Estado, en tanto fue dirigida a un tipo de medios específico, de un peso propio menor en el sistema mediático que hacía necesario su fomento y fortalecimiento en pos de alcanzar grados de sostenibilidad en el tiempo y, a partir de allí, incidencia en el mapa mediático del país. Estos rasgos son similares a algunos expresados en el modelo corporativista democrático donde la intervención estatal se define tanto en términos negativos (no censura, no obstrucción a la competencia) como positivos (fomento de la diversidad mediática), y su objetivo central es el sostenimiento de un mapa mediático que contenga la mayor cantidad de expresiones político sociales, con aspectos coincidentes como la designación de entes y comités independientes y plurales para la asignación de las ayudas económicas.

Luego de ese análisis, volvimos al plano local porque, como afirmamos en el Capítulo 2, ninguna matriz de políticas públicas puede entenderse de manera aislada de los contextos políticos, sociales, económicos y culturales en las que se desarrollan. En ese sentido, y para poder reflexionar sobre las políticas públicas de nuestro país, realizamos un recorrido por su historia, desde la última dictadura cívico militar hasta la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, para analizar el funcionamiento del sistema de medios de comunicación, con el objetivo de pensar cómo se ha fomentado o se ha perjudicado explícitamente una diversidad de voces en los medios y qué *racionalidades* han sustentado cada uno de los proyectos políticos y comunicacionales que se cristalizaron en distintos momentos y coyunturas. Analizamos, en esa dirección, cuáles fueron las políticas de comunicación desplegadas en cada etapa histórica y, a su vez, cómo se fue desarrollando el sistema de medios alternativos, comunitarios y populares, en respuesta o contraposición a esas políticas públicas.

Partiendo de estos supuestos, realizamos la descripción de las distintas políticas de comunicación diseñadas por cada gobierno estableciendo tres etapas de análisis. A la primera, comprendida entre 1976 y 2003, la caracterizamos como una etapa con un *Estado garante de los negocios*. Las políticas llevadas a cabo por la última dictadura cívico militar, que dio inicio a este proceso, por Alfonsín, por Menem y luego por De La Rúa y Duhalde, si bien tuvieron grandes diferencias entre sí, consideramos que tuvieron en común que el Estado no asumiera un rol activo en la garantía del derecho a la libertad de expresión y a la comunicación como un derecho humano fundamental y no fomentara el pluralismo en los medios sino más bien todo lo contrario. Observamos que permitió y promovió, de diferentes

maneras, la consolidación de un sistema de medios concentrado, donde prevalecieron los intereses comerciales de los privados. El derecho a la comunicación osciló entre la censura explícita, el disciplinamiento y los negocios.

Si bien la *racionalidad del Estado* siempre estuvo orientada a favorecer a las empresas de medios, encontramos dos momentos, en este mismo período, en el vínculo entre ambos. En una primera etapa, hubo una coincidencia entre los intereses del Estado, que tuvieron que ver con el control ideológico y político del sistema, y los intereses económicos de los medios privados comerciales, que buscaban el avance de la libertad de empresa. Esto se cristalizó en la sanción del Decreto-Ley 22.285, en el cual el Estado se reservaba para sí las facultades de control de los medios mientras le permitía a las empresas consolidar sus posiciones dominantes en el mercado. Por otro lado, en un segundo momento, observamos que los intereses del Estado ya no tuvieron que ver con la intervención directa en el control del sistema sino con la consolidación del modelo económico neoliberal. Paradójicamente, en democracia, el Estado se corrió por completo de su rol activo en la regulación de los medios, dejando el camino libre para que las empresas profundizaran esas posiciones dominantes que habían consolidado en la primera etapa del período. A diferencia de lo que había hecho la dictadura, esto se expresó en una *desregulación* del sistema, a partir de la cual el Estado no sólo no controló ni reguló los intereses privados sino que legisló en su favor, luego de que estos cometieran violaciones a la normativa vigente, que fue sistemáticamente modificada para "normalizar" dichas violaciones. La política - y con ello la normativa - se produjo a medida de quienes debían ser reguladxs, para su absoluto y exorbitante beneficio, reduciéndose definitivamente a una condición de subsistema de la economía. Como señalamos en reiteradas oportunidades, la intervención activa del Estado al servicio de los intereses privados y comerciales en esta etapa, tuvo profundas consecuencias en el sistema mediático, muchas de las cuales persisten hasta hoy.

En paralelo y como respuesta a esa racionalidad estatal, los sectores excluidos por la misma fueron encontrando sus formas de organización y construcción de herramientas para ejercer su derecho a la expresión y a la comunicación, sistemáticamente negado por la coincidencia de las políticas públicas con los intereses privados concentrados. Así como establecimos una primera etapa de análisis de las políticas públicas de comunicación entre 1976 y 2003 que denominamos como el *Estado garante de los negocios*, en el capítulo 2 también describimos el nacimiento y el desarrollo de los medios alternativos, comunitarios y populares en una primera etapa que denominamos *medios truchos*. Esta denominación vino dada por los mismos sectores que, mientras garantizaban desde la estructura del Estado los negocios de los medios privados comerciales, confinaron a la ilegalidad y marginalidad a estas experiencias comunicacionales que significaban un cuestionamiento para el orden dominante. En un primer momento de esta etapa, durante los ´80, identificamos que el espíritu de la

democracia recuperada imprimió a estas experiencias, surgidas en esos mismos años, una perspectiva transformadora de la sociedad, luego de los oscuros años de la dictadura cívico-militar. El fin del silencio forzado generó una demanda de espacios de expresión y participación de grandes sectores de la sociedad que no encontró un cauce en los marcos legales del Estado debido a la vigencia del decreto-ley de la dictadura que impedía a las experiencias sin fines de lucro acceder al espacio radioeléctrico. Sin embargo, a pesar de ese límite legal, las organizaciones orientaron sus prácticas con el objetivo de democratizar la comunicación para transformar la sociedad.

En un segundo momento de esta etapa, durante los años ´90, señalamos cómo, a partir de un contexto general mucho más regresivo para esos objetivos iniciales, las estrategias de estas experiencias se volcaron hacia una concepción de la *resistencia* como una forma de subsistir a la avanzada neoliberal. Vimos cómo resistir significó para esos medios repensar sus prácticas cotidianas intentando constituirse en espacios de participación y expresión de voces no hegemónicas; construir comunidad para rearticular lo lazos sociales resquebrajados por el neoliberalismo y, en ese sentido, recuperamos diversas estrategias que elaboraron para politizar lo despolitizado en pos de desnaturalizar las desigualdades que generaba el sistema; redefinir sus estéticas, sus formatos, sus contenidos, sus formas de organización y gestión para subsistir en un sistema de medios desbordado por la lógica comercial; construir articulaciones y redes con otros medios locales e internacionales para intentar incidir en las políticas públicas, y demandar nuevos marcos normativos. A diferencia del primer momento de los ´80, caracterizado por el florecimiento al calor de la primavera democrática y todas sus promesas, durante los ´90 muchas de estas experiencias entraron en crisis e incluso cerraron sus puertas.

A su vez, esta primera etapa donde estos medios fueron considerados *truchos*, pasó por un tercer momento tras el estallido de la crisis del 2001, de revitalización frente al cuestionamiento generalizado de las políticas neoliberales que generó un novedoso protagonismo de los movimientos sociales. Observamos cómo las experiencias comunicacionales alternativas, comunitarias y populares fueron pensadas como nuevos -y renovados- espacios de canalización y denuncia de las dificultades que atravesaban grandes sectores de la sociedad. A diferencia de lo que sucedió en los ‘90, la crisis del 2001 volvió a poner en el horizonte de las organizaciones la posibilidad de transformación, contexto en el cual el vínculo entre comunicación y política volvió a ocupar un lugar de centralidad. Esto fue entendido como un punto de inflexión, que implicó rupturas y continuidades en las identidades y articulaciones en los medios del sector.

Luego de describir esta primera etapa de políticas de comunicación, señalamos el inicio de una segunda que definimos como de *profundización contrapesada*. A partir de la asunción de Néstor Kirchner en 2003 y hasta el conflicto con el campo en 2008, encontramos que se

produjeron las primeras rupturas en la racionalidad con la que el Estado se venía vinculando con los medios de comunicación. Al mismo tiempo que se entregaron fenomenales concesiones a los grupos mediáticos como extensiones de licencias o la fusión de CableVisión y Multicanal -que profundizaron el carácter subsidiario del Estado con respecto de los intereses privados- se tomaron algunas medidas que comenzaron a inclinar la balanza. La derogación del artículo del Decreto-Ley que le impedía a las organizaciones sin fines de lucro acceder a licencias de radiodifusión, el otorgamiento de la licencia por Decreto a las Madres de Plaza de Mayo, el desarrollo y fortalecimiento del sistema de medios públicos, fueron medidas que, aunque de manera todavía incipiente, generaron mejores condiciones que posibilitaron, luego, la transformación profunda de la racionalidad política con la que el Estado diseñó las políticas de comunicación. Consideramos que, en esta etapa, si bien no se produjo un "divorcio" entre el Estado y los intereses privados, comenzaron a darse los primeros pasos que concluirían luego con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Es por esto que no consideramos preciso encuadrar este primer gobierno del ciclo kirchnerista ni como una continuidad plena del *Estado garante de los negocios*, ni como la ruptura definitiva que llevaría al *Estado garante del derecho a comunicar.*

En este contexto, los medios alternativos, comunitarios y populares, por primera vez desde su conformación, profundizaron las divergencias entre sí ante un Estado que comenzó a transformar su racionalidad, aunque de manera contradictoria, ya no sólo en términos comunicacionales sino en su política en general. De este modo, observamos cómo los medios del sector comenzaron a tener miradas diferentes sobre cómo posicionarse frente al nuevo proceso político y cuál debía ser el rol de los medios del sector. Así, identificamos que oscilaron entre la articulación y la dispersión. Esto generó que, mientras algunas experiencias siguieran considerando al Estado como un enemigo de sus intereses frente al cual había que seguir resistiendo, otras reconocieran ciertas políticas -en un contexto de recuperación de la discusión en el ámbito internacional- como avances y triunfos parciales del sector, que a su vez permitían pensar la posibilidad efectiva de transformar el sistema mediático en el corto o mediano plazo. Esto se tradujo en la conformación de la Coalición por una Comunicación Democrática, que puso como prioridad para el sector la organización, articulación y lucha por un nuevo marco regulatorio, que considerara a la comunicación como un derecho humano. El punto de inflexión que los medios del sector habían reconocido en la crisis del 2001 comenzaba, en este momento, a tener consecuencias positivas para el sector.

A la tercera y última etapa de análisis, que reconocimos entre el 2008 y el 2015, la definimos como *Estado garante del derecho a comunicar*. En este apartado del Capítulo 2 recuperamos la idea de que fue a partir del conflicto con las patronales agrarias y la cobertura que hicieron de él los grupos concentrados de comunicación, que el vínculo histórico entre el Estado y los medios se quebró definitivamente. Señalamos que la agudización de las

tensiones políticas que llevó a los grandes medios concentrados a radicalizar sus posiciones contra el gobierno, también generó que diversos sectores empezaran a demandarle al Estado profundizaciones que no estaban necesariamente en agenda, entre las cuales estuvo una reforma profunda del sistema comunicacional argentino. La profundización de estas contradicciones terminó derivando en un proceso de debate participativo como nunca se había visto en la historia por una normativa sobre la radiodifusión de la democracia, que tuvo, entre otrxs, a los medios sin fines de lucro como actores principales del proceso de construcción del proyecto y su aplicación.

El objetivo de la LSCA sancionada en 2009 fue, en línea con las recomendaciones de los organismos internacionales, la reforma del sistema comunicacional argentino desde una perspectiva de desconcentración y fomento al pluralismo y la diversidad de voces. Analizamos la matriz legal de la normativa y los puntos salientes de esta nueva legislación, construida al calor de la participación de todos los sectores de la comunicación argentina, poniendo especial énfasis en aquellos que tuvieron que ver con las demandas históricas de los medios sin fines de lucro. Destacamos cómo la ley definió la comunicación como un servicio público y un derecho humano, lo cual contrastó radicalmente con la definición de actividad comercial con la cual se había regido hasta entonces por el Decreto-Ley 22.285. Observamos también la incorporación a la legalidad que trajo para actorxs fundamentales desde un punto de vista del pluralismo y la diversidad de voces, como fueron lxs privadxs sin fines de lucro y las Comunidades de Pueblos Originarios. Analizamos también no solo su inclusión a partir de la reserva de un tercio del espectro radioeléctrico para ellxs, sino también su incorporación a los organismos de aplicación y diseño de la política pública, reconociéndoles un lugar activo no solo en la instalación de medios y la producción de contenidos sino también en la gestión política de la comunicación del país. Y, por último, observamos cómo la nueva legislación incorporó por primera vez la obligación del Estado del fomento económico para este sector en pos de fortalecerlo como actor indispensable del mapa mediático argentino, reconociéndoles ese derecho que se corporizó en el FOMECA. Destacamos así el espíritu pluralista que hizo nacer la nueva ley y que orientó su aplicación.

A partir del análisis, pudimos observar que la lucha por la sanción de una ley que regulara los servicios de comunicación audiovisual desde una perspectiva antimonopólica y plural fue el resultado de décadas de supremacía de un ecosistema mediático signado por el fin de lucro y la concentración y de un Estado siempre cómplice de lo que dictaban los poderosos. Identificamos entonces que, para que fuese posible, tenía que concretarse el cambio de *racionalidad* del Estado que se había iniciado con algunas de las medidas que señalamos del gobierno anterior. Por primera vez en la historia de la radiodifusión argentina, el Estado dejaba de tener un rol subsidiario frente a los intereses de los grupos concentrados y dominantes para coincidir con los intereses de amplios sectores de la sociedad, entre los

cuales se encontraban los medios alternativos, comunitarios y populares, y para garantizar el derecho a la comunicación. Es por esto que identificamos que el proceso de sanción de la ley tuvo que ver con una disputa mucho más amplía, en nuestro país y en la región, por la gobernabilidad democrática.

Por su parte, para los medios alternativos, comunitarios y populares, que tuvieron en la democratización de las comunicaciones y la transformación del marco regulatorio en nuestro país una demanda fundamental, el proceso político abierto en 2008 y la posterior sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual significó la institucionalización de esas demandas y la reconfiguración de sus identidades y prácticas. Como observamos, a pesar del triunfo que significó este avance para el sector, no todos los medios tuvieron una posición homogénea y, como afirmamos previamente, se profundizaron los debates en torno a cómo entender este escenario, cómo vincularse con el Estado y cómo incidir en el proceso de democratización que se comenzaba a abrir. Siguiendo el exhaustivo análisis que realizó Larisa Kejval en su tesis doctoral (2016), recuperamos tres posiciones diferentes frente a estos debates, encarnadas en las tres redes de medios sin fines de lucro más importantes de ese momento, pero nos concentramos en las adoptadas por FARCO, la cual tuvo un rol más activo tanto en la sanción como en la posterior aplicación de la LSCA.

El involucramiento activo de muchas de las organizaciones del sector en esta etapa estuvo vinculado, tal como observamos en el capítulo, a una perspectiva sobre el Estado diferente a la que había orientado al sector en décadas anteriores. A partir de su cambio de *racionalidad*, el Estado dejó de ser un enemigo del cual defenderse, para ser entendido como un espacio de disputa y como regulador y promotor de políticas capaces de garantizar derechos. Sin embargo, esta posición de la red no estuvo exenta de tensiones y exigencias como fueron el desarrollo de un plan técnico; la plena aplicación del FOMECA y otras líneas de financiamiento para el sector; facilitar trabas administrativas y burocráticas de acceso al Estado; nuevos encuadres laborales, etc.

Señalamos que, a la vez que FARCO sostuvo estas posiciones, la RNMA adoptó una política de mayor confrontación con el Estado, mientras que AMARC planteó una estrategia que podríamos describir como intermedia entre las demás redes. No obstante estas diferencias, vimos cómo la sanción de la LSCA significó un punto de inflexión para los medios sin fines de lucro, un quiebre en la construcción de sus identidades, alianzas y prácticas. Se había institucionalizado, por primera vez en la historia de nuestro país, una de las principales demandas del sector, frente a un Estado presente en la defensa del derecho humano a comunicar y en la incorporación de lxs actorxs excluidxs, en pos del pluralismo y la diversidad. En este contexto, muchos de los medios alternativos, comunitarios y populares comprendieron que comenzaba una nueva disputa por la aplicación de la Ley, lo cual implicaba a su vez entender a la democratización de la comunicación como un proceso complejo, sobre todo

frente a la defensa de sus intereses por parte de los poderes concentrados de medios. Para el sector, la LSCA se convirtió en un escenario en construcción.

En este marco, entendieron como estratégico el fortalecimiento tecnológico frente al avance de lo digital; la articulación en red para demandar mejores condiciones de desarrollo y fortalecimiento y, como una de las demandas fundamentales, la sostenibilidad como condición de desarrollo en el tiempo considerando sus propias características de gestión y propiedad.

Finalmente, en el Capítulo 3 y antes de analizar en profundidad el FOMECA, abordamos algunas características propias del universo del sector posterior a la sanción de la LSCA y previo a la aplicación de esta política, que nos permitieron describir el estado de situación entre el 2009 y el 2013. Entre ellas, mencionamos algunas de las más importantes para comprender los desarrollos teóricos posteriores en este trabajo. Por un lado, señalamos que muchos de los medios del sector, a pesar de haber sido reconocidos por la Ley, no habían podido acceder a licencias y, por lo tanto, se encontraban todavía en una situación de ilegalidad. Por otro, tanto aquellos que accedieron a marcos legalidad como los que no, tuvieron que enfrentarse a las nuevas reglas de juego que planteaban los marcos institucionales, que los ubicó no sólo como sujetxs de derecho sino también de obligaciones. Frente a esas nuevas condiciones, los medios del sector tuvieron que *adecuarse*, lo cual generó numerosas dificultades y tensiones con el Estado. Por último, se encontraron con la necesidad -y generaron la demanda- de mejorar y actualizar sus condiciones tecnológicas ante el nuevo desafío de competir en un mercado de medios que ahora lxs “incluía”.

4.1. Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual 2013-2015

El FOMECA fue una política pública que se implementó en un contexto determinado, con un desarrollo específico del sistema mediático argentino, con actorxs de pesos específicos diferentes - y desiguales -, con una tradición histórica y debates propios, que fue necesario analizar en profundidad para comprender en qué medida esta política fue una iniciativa que fomentó la diversidad y el pluralismo en el sistema mediático argentino. Llegamos entonces al corazón de la presente investigación habiendo recorrido los conceptos fundamentales de *Libertad de Expresión* y *Derecho a Comunicar,* la *Diversidad* y el *Pluralismo* como valores indispensables para un sistema de comunicaciones en una sociedad democrática, y el *Rol del Estado* para su promoción a través del diseño de *Políticas Nacionales de Comunicación*. Recorrimos también las diferentes *Racionalidades* con las que el Estado argentino reguló la comunicación del país, encontrando tres momentos diferentes en los que se comportó como *Garante de los Negocios* privados durante el primero, desarrolló una *Profundización Contrapesada* de esa postura durante el segundo, y se erigió finalmente como

Garante del Derecho a Comunicar en el último período abarcado, en el cual se sancionó la LSCA y se implementó el FOMECA. Por último, recuperamos los debates y posiciones de parte del sector de medios alternativos, comunitarios y populares y su relación con el Estado para encarar el análisis específico del FOMECA en tanto política pública de fomento al pluralismo teniendo en cuenta cuáles habían sido sus demandas históricas, para comprender en profundidad en qué medida esa política significó las respuestas que la democracia adeudaba al sector.

Como mencionamos al comienzo de estas conclusiones, la pregunta que guió esta investigación fue en qué sentido cumplió el FOMECA su objetivo de acompañar la lucha del sector y realizar un aporte al desarrollo de su estructura, su sostenibilidad y su consolidación como actor en el mapa de medios de nuestro país. En las líneas que siguen, entonces, abordaremos la respuesta a esta inquietud a partir del análisis que realizamos sobre el despliegue efectuado por esta política.

En primer lugar, consideramos que el FOMECA no pensó al sector social y comunitario de la comunicación como un simple receptor de subsidios económicos, es decir un sujeto pasivo a ser atendido por el Estado, sino que lo consideró como activo y participante, incluyéndolo a la estructura de ese Estado. Esto se materializó con su incorporación en distintas instancias como fueron la planificación y diagnóstico de los llamados a concurso o la evaluación de los proyectos presentados por las propias entidades en los comités de evaluación. El sector, por lo tanto, no sólo recibió recursos sino que participó de la decisión política de la asignación de los mismos, lo cual dio cuenta de su demanda histórica de incidir y participar en el diseño de las políticas nacionales de comunicación.

En segundo lugar, el FOMECA atendió una problemática central para las organizaciones del sector, que hace en gran medida al desarrollo de su estructura y a su consolidación como medios de comunicación, como lo es el acceso a la tecnología y el equipamiento. Es imposible pensar en un mapa de medios que pretenda ser diverso y plural si se desconoce que las organizaciones sin fines de lucro parten de situaciones extremadamente desventajosas por los altos costos que requiere la infraestructura necesaria para montar un medio de comunicación y sostenerlo en el tiempo. Esta dificultad en el acceso a recursos había sido una barrera histórica, que los había colocado siempre en una situación de debilidad frente a los medios comerciales. En este sentido, el FOMECA se hizo eco de esta situación otorgando, de 2013 a 2015, 162 subsidios por un total de $32.590.479 para mejorar las condiciones de trabajo y de producción de los medios del sector social y comunitario de la comunicación.

A su vez, el Estado comprendió que las dificultades del sector no sólo estaban vinculadas al equipamiento o desarrollo tecnológico -o, mejor dicho, que para incidir en la agenda pública, no sólo había que modernizar las emisoras y desarrollar sus condiciones estructurales- sino que también era fundamental desarrollar producciones de calidad, que

aportaran *al pluralismo, la diversidad, la construcción de ciudadanía y la inclusión social, a través de la federalización de la producción* (Res. 1220/13, Anexos I y II, Art. 2). Es por ello que el FOMECA financió la producción de contenidos audiovisuales y radiofónicos para darle cuerpo en el sistema comunicacional argentino a miradas y abordajes diversos sobre lo real con historias y problemáticas sistemáticamente excluidas de los medios dominantes. La generalidad de las temáticas propuestas y sugeridas por los distintos reglamentos de cada línea que subsidió la producción, relacionada a los derechos humanos y a las problemáticas sociales y territoriales, dan cuenta de la preocupación del Estado por orientar la elaboración de contenidos que contrapesaran las agendas dominantes. Es por esto que se otorgaron, en el período 2013-2015, 737 subsidios por un total de $94.800.277,98. Que esta categoría haya sido la que más financiamiento recibió durante estos años, un 59,98% del total entregado por el FOMECA, puede ser entendido como una decisión del Estado de priorizar la producción de contenidos por sobre las demás categorías. Esto tiene lógica si pensamos en el objetivo de disputar agendas y lograr una incidencia efectiva en el mapa mediático del país. Podrían montarse cientos de medios, pero sin producciones de calidad que disputasen los gustos y preferencias de las audiencias, sería difícil afirmar que eso significara un fomento al pluralismo.

Al mismo tiempo, una de las principales demandas del sector había sido hasta este momento su sostenibilidad. Las condiciones de desigualdad con las que habían tenido que sobrevivir y convivir en un marco de exclusión por parte del Estado, generaron formas de organización que, si bien se ajustaban a esos marcos de informalidad, se volvieron insuficientes y se constituyeron en una debilidad del sector frente a las nuevas condiciones generadas a partir de la sanción de la LSCA. La necesidad de *adecuarse* a los nuevos marcos del Estado planteó nuevos desafíos a las organizaciones del sector, que el FOMECA empezó a abordar a partir de su segundo año de implementación. El Estado partió del supuesto de que este aspecto era fundamental para el desarrollo y fortalecimiento del sector ya que sólo de esta manera las organizaciones lograrían acceder a los recursos disponibles para llevar adelante un medio de comunicación audiovisual y sostenerlo en el tiempo. En este sentido, el objetivo de este financiamiento fue mejorar la gestión administrativa, legal, contable, comercial y de todos los procesos realizados por los medios comunitarios y de Pueblos Originarios, así como actualizar los requerimientos legales, contables y tributarios para un funcionamiento más eficiente de los proyectos. Para ello, el FOMECA otorgó en todo el período 2013-2015, 95 subsidios por un monto de $21.721.082,79.

Otra forma en la que el FOMECA acompañó la lucha del sector y realizó un aporte a su consolidación en el mapa de medios, recogiendo una práctica propia de los medios alternativos, comunitarios y populares, fue financiar la conformación de redes. Vimos que la articulación entre los distintxs actorxs al interior del sector había funcionado históricamente

como una herramienta de fortalecimiento, ya fuera para la subsistencia frente al *Estado garante de los negocios* o el planteo de demandas frente al *Estado garante del derecho a comunicar*, o incluso para potenciar su incidencia en la agenda mediática a través la elaboración de producciones colectivas. El otorgamiento de 28 subsidios, sobre todo a redes locales, por un monto total de $8.953.054 significó un aporte a la consolidación en tanto sector.

Por otro lado, el FOMECA tomó en cuenta las características diferenciales de lxs distintxs actorxs del sistema de medios sin fines de lucro, generando políticas específicas para los Pueblos Originarios. En ese sentido, se dio cuenta de la exigencia del sector de políticas que permitieran la creación de nuevos medios y el fortalecimiento de los existentes, desde sus cosmovisiones, tradiciones, lenguas y prácticas. Esto se materializó en 101 proyectos aprobados con $15.278.860 asignados en subsidios.

Otro aspecto abordado por el FOMECA fue el fomento a la diversificación de los lenguajes en los que el sector social y comunitario de la comunicación se expresó históricamente. Como desarrollamos, si bien las emisoras y productoras radiofónicas tuvieron una leve primacía en cuanto a los recursos otorgados por esta política, si consideramos la importante tradición y el grado de desarrollo que estos medios tenían al momento de la implementación del FOMECA, frente a los incipientes medios audiovisuales, el grado de subsidios a estos últimos reveló una decisión del Estado por potenciar este lenguaje. En este sentido puede decirse que el Estado tuvo la preocupación de acompañar al sector en el desarrollo de producciones y formatos a los que les había sido más difícil acceder por lo costoso de las tecnologías y proceso que implican, y que a su vez corresponden a los consumos mayoritarios de las audiencias hoy en día. El FOMECA aportó así a la participación de los medios comunitarios, alternativos y populares en un territorio que les resultaba novedoso y a la vez fundamental para pensar en su incidencia como el audiovisual.

A su vez, el FOMECA permitió una distribución federal de los recursos aunque, como mencionamos en reiteradas oportunidades en el Capítulo 3, no transformó la estructura centralizada en los grandes centros urbanos del sistema mediático. Sin embargo, podemos afirmar que la política permitió acceder a financiamiento a organizaciones que, alejadas de las ciudades, nunca habían accedido a recursos ni habían sido incorporadas por ninguna política nacional de comunicación. Esta política lxs incorporó por primera vez al universo de voces de sistema comunicacional argentino.

Por otro lado, el FOMECA intentó hacerse eco de las dificultades que muchas de las organizaciones aún atravesaban para acceder a un reconocimiento legal y una licencia -dificultad generada por el propio Estado -. Esto se materializó en la progresiva incorporación de nuevos encuadres legales, como fueron las productoras, las autorizaciones precarias, y por último, las emisoras empadronadas, bajo los cuales las organizaciones pudieron acceder a los subsidios que les venían siendo vedados por no ser emisoras constituidas legalmente.

Cabe resaltar que en muchos casos estas incorporaciones fueron producto de la iniciativa de la Dirección de Proyectos Especiales, que implementó el FOMECA. Si bien esto no resolvió la cuestión de fondo sobre la legalidad de los medios del sector, intentó brindar una solución parcial que les permitió acceder a los recursos del Estado para fortalecerse y consolidarse dentro del mapa comunicacional. Esto se cristalizó, hacia fines del período analizado, en un universo del sector social y comunitario de la comunicación expandido en la cantidad de actorxs y con una composición proporcional en la cual alrededor del 60% de las entidades tuvieron encuadres legales que les permitieron acceder a las líneas de financiamiento estructurales como emisoras constituidas.

Esto tuvo que ver, también, con que el FOMECA no sólo se preocupó por fortalecer a los medios del sector ya existentes sino que también veló por la incorporación de nuevxs prestadorxs, para lxs cuales generó concursos específicos, que excluían a lxs prestadorxs ya consolidadxs. La muestra de esta intención es que, para el final del período analizado, se registró la participación efectiva de 475 organizaciones, lo cual implicó un crecimiento aproximado del 143,59% respecto de las 195 de las que se tenía registro antes de la implementación del FOMECA.

Todo este análisis sobre la implementación del FOMECA a partir del cual dimos cuenta del aporte realizado al desarrollo de la estructura, sostenibilidad y consolidación de los medios del sector social y comunitario de la comunicación, tuvo el objetivo de responder a otra pregunta fundamental para esta investigación: *el FOMECA, ¿fomentó el pluralismo y la diversidad en el sistema de medios de nuestro país, tal como se lo propuso la LSCA?*

Si consideramos que el pluralismo es un valor que busca que, en los medios de comunicación, se reflejen o representen todos los factores diversos que caracterizan a la sociedad y la posibilidad de que todxs lxs ciudadanxs accedan de manera equitativa al máximo de opiniones, ideas, valores, representaciones e informaciones, sin dudas podemos afirmar que el FOMECA respondió a esta perspectiva ya que, como vimos, incorporó actorxs diversos e históricamente excluídxs, cuyas visiones del mundo pasaron a tener mejores posibilidades de participar de las agendas, procurando garantizar el derecho de esxs actorxs a expresarse y el de la ciudadanía en general a recibir esas múltiples miradas sobre lo real.

Como observamos, para fomentar el pluralismo no basta sólo con regular la propiedad de los medios de comunicación, restringir su concentración y garantizar un número mayor de propietarixs. Es necesario también atender a otros factores como el tamaño del mercado, la estructura del sistema mediático, la diversidad de los productos, soportes y contenidos, la tendencia a la innovación, los recursos tecnológicos disponibles, entre otros. Como describimos más arriba, estas fueron preocupaciones directamente abordadas por el FOMECA en tanto política pública que implicó una presencia activa del Estado en la regulación

del sistema, controlando el comportamiento de lxs actorxs existentes y velando por la entrada de nuevxs competidorxs al mercado.

A su vez, siguiendo los desarrollos teóricos de Miguel de Bustos, podemos afirmar que el FOMECA fue una política pública que tuvo en cuenta la naturaleza dual de las mercancías culturales ya que abordó la complejidad y la relación entre ambos factores - el económico y el simbólico -. En este sentido, intervino intentando incorporar al mercado a actorxs que difícilmente hubieran tenido las mismas posibilidades sin el financiamiento del Estado, aumentando el número de proveedorxs y de productos circulantes que provinieron de sectores no comerciales, con contenidos diversos a los existentes. No podemos afirmar que esto haya impactado en el tamaño del mercado de manera significativa, pero ese fue el espíritu que la política persiguió.

Si pensamos, siguiendo a De Charras, en la diversidad como herramienta en la búsqueda del pluralismo en tanto significa “la variabilidad massmediática (fuentes, canales, mensajes y audiencias) de acuerdo con las diferencias relevantes en la sociedad (políticas, geográficas, socioculturales, etc.)”, consideramos que el FOMECA atendió a todas esas variables: aumentó la cantidad de fuentes, aportó al desarrollo de diferentes lenguajes y tipos de medios, multiplicó los mensajes a partir de la financiación de la producción de contenidos y su orientación temática, a la vez que buscó expresar las distintas composiciones políticas, geográficas y socioculturales del país.

Si bien sería mucho pedirle a una sola política pública que revirtiese décadas de construcción de un sistema mediático privatista, excluyente y con agendas y miradas ligadas a los sectores dominantes de la sociedad, no por eso podemos restarle el mérito al FOMECA de haber sido la primera política pública en la historia del país en fomentar directamente a la multiplicidad del sector social y comunitario de la comunicación. Si bien reconocimos en el camino de su implementación errores, falta de sistematización y planificación, es preciso decir que los aporte realizados por esta política seguramente han dejado al universo de medios comunitarios, alternativos y populares en mejores condiciones para seguir dando la batalla por la democratización de la palabra en la Argentina Dejamos planteado el interrogante para futuras investigaciones sobre la profundidad del impacto de esta política en los propios medios que resultaron beneficiarios.

4.2. Aportes al campo de la comunicación

Desde el comienzo, esta tesina tuvo el objetivo de ser una contribución al sector de medios comunitarios, alternativos y populares en la pelea por su desarrollo y fortalecimiento, que no es otra que la pelea por un mapa de medios más plural y diverso en una sociedad democrática. Esta humilde contribución se suma a las numerosas investigaciones que vienen realizando otrxs, también comprometidxs con la transformación de esta sociedad

profundamente desigual y con la inclusión - no sólo en términos comunicacionales - de sectores históricamente excluidos.

En este sentido, nuestro trabajo se trazó la meta de sistematizar lo que el sector había logrado, luego de años de organización y articulación en redes, en relación a la disputa por la incidencia en el diseño de políticas públicas de nuestro país y su reconocimiento como actor legítimo de la comunicación. Procuramos recoger y analizar todo lo que el Estado había hecho en materia de fomento al pluralismo y financiamiento para dar cuenta de la efectividad de las estrategias desplegadas por el sector durante años de lucha, incluso en momentos en los que parecía imposible penetrar ese Estado que confería a muchxs al silencio de la exclusión. Y lo hicimos también con el objetivo de dar cuenta de cuánto lograron avanzar los medios comunitarios, alternativos y populares - a pesar de la dispersión - en la disputa por otro modelo de comunicación en nuestro país.

Por otro lado, nos propusimos también esta sistematización porque creíamos fundamental contar con una herramienta que dé cuenta, de manera cuantitativa y cualitativa, de qué demandas se habían atendido en la política pública, cómo se habían cristalizado las necesidades del sector en ella, para evaluar en profundidad cómo impactó esto en las experiencias comunicacionales de estos medios. Si bien esto último excede los objetivos del presente trabajo y quedará pendiente para futuras investigaciones, consideramos fundamental conocer en detalle qué se hizo, en qué medida contribuyó efectivamente al desarrollo del sector y cuáles son las posibles y futuras demandas, para seguir profundizando la transformación del sistema de medios de comunicación de nuestro país y, con ello, la democratización de la sociedad en su conjunto. En ese sentido, creemos que este trabajo es un humilde aporte a tener mayor claridad -y una herramienta que lo sustente- de los derechos conquistados para nunca más retroceder. Ante un cambio de signo político en el Gobierno y, con ello, un cambio de racionalidad en el Estado, es preciso defender estos pisos en el fomento al pluralismo y la diversidad de voces logrado. El FOMECA es un derecho de las organizaciones sin fines de lucro pero también de la sociedad en su conjunto que debe acceder a informaciones y representaciones plurales y diversas para ver garantizado su derecho a la comunicación. Por ello, creemos central aportar todas las herramientas que estén a nuestro alcance para defenderlos.

Sin embargo, esta tesina no tuvo sólo el objetivo de ser una contribución al sector de medios comunitarios, alternativos y populares. También procuró, desde un principio, ser un aporte a las reflexiones en torno al diseño de políticas públicas y las experiencias de gestión de un Estado que se define como garante de derechos y, sobre todo, del derecho a comunicar. No es el objetivo de este trabajo realizar una teoría del Estado ya que excede ampliamente su marco teórico e incluso sus límites físicos - ya bastante excedidos - para una tesina de grado. Sin embargo, consideramos que posibilitó algunas reflexiones que creemos son un

aporte para quienes entendemos que el Estado es una herramienta de disputa, que puede estar al servicio de los intereses de los sectores populares o al servicio de las corporaciones, dependiendo de las decisiones políticas de quienes lo conduzcan y las disputas que atraviese lo social en cada momento histórico. Consideramos que, al ser una de las primeras experiencias históricas de gestión en ese sentido, quizás desde el peronismo, teniendo en cuenta las transformaciones sociales, culturales, políticas y económicas que atravesó nuestro país, fue lógico no haber contado con los marcos teóricos y conceptuales que permitieran encuadrar y guiar las prácticas de gestión de un Estado que se posicionó como garante de derechos, y menos para pensar un Estado como garante del derecho a comunicar. Es por eso que procuramos que este trabajo sea un aporte, quizás limitado y parcial, a la sistematización de las prácticas de gestión que nos permitan pensar lo hecho y reflexionar sobre futuras intervenciones en materia comunicacional y de fomento a la diversidad de voces. Creemos que lo hecho a través del FOMECA debe ser un punto de partida para profundizar la transformación del mapa comunicacional. La historia de nuestro país nos demuestra que no podemos permitirnos volver a empezar de cero.

Y porque no nos podemos permitir empezar de cero ni retroceder en lo logrado, consideramos fundamental también ofrecer una mirada sobre los errores cometidos y las deudas que aún quedan pendientes. En primer lugar, uno de los principales obstáculos con los que nos encontramos a la hora de realizar esta investigación, como hemos mencionado en numerosas oportunidades, fue la falta de sistematización de los datos. Puede resultar lógico que no existieran datos organizados y fehacientes sobre la composición efectiva del universo de medios alternativos, comunitarios y populares antes de la sanción de la LSCA y la implementación del FOMECA justamente porque este sector, como vimos, había sido sistemáticamente ignorado y confinado a la ilegalidad por parte del Estado. Pero no podemos no pedirle a un Estado que cambió su racionalidad para convertirse en garante del derecho a comunicar que no tomase como prioritaria la tarea del relevamiento de información sobre el estado del sector para tener diagnósticos más precisos que permitieran un mejor diseño de la política. Además encontramos que los procedimientos y las metodologías con las que se implementó el FOMECA y los propios procesos de gestión del Estado se llevaron adelante de manera desordenada, descentralizada y tampoco fueron objeto de ninguna sistematización. La materialización de todo esto fue que, para realizar la presente investigación, tuviéramos que acceder a numerosas planillas de excel, con datos contradictorios entre sí. Esto no sólo complejiza el posterior análisis de los datos, la evaluación del impacto de la política y la planificación de futuras medidas sino que, además, no aporta a la transparencia de los procesos y deja abierta la posibilidad - como lamentablemente está sucediendo hoy - a que, frente a un cambio de racionalidad del Estado, pueda avanzarse sobre el espíritu de estas políticas a partir de argumentos relacionados a errores procedimentales e incluso a

acusaciones de malversación de fondos y corrupción institucional. Así, la falta de sistematización de la política se constituye no sólo en un obstáculo para la evaluación y profundización de esa misma política sino también en una debilidad que vuelve frágiles los avances conquistados frente a posibles cambios en la coyuntura política.

Otro punto que sería importante considerar de cara a futuras políticas de fomento es el diseño de medidas dirigidas a la sostenibilidad del sector que centralicen los esfuerzos en el fortalecimiento de lxs actorxs, el desarrollo de una industria cultural que no quede supeditada a las reglas del mercado y la disputa por la incorporación de expresiones que comprendan la diversidad que caracteriza a lo social en las agendas dominantes, por lo tanto, que centralice las iniciativas de promoción al pluralismo. Tamaña tarea no puede quedar relegada a los esfuerzos parciales y desarticulados de uno o pocos organismos del Estado, sino que debe constituirse en un objetivo prioritario a fin de evitar la dispersión de recursos y debilitar las estrategias de democratización de la palabra. En este sentido, retomamos la propuesta diseñada por la Coalición por una Comunicación Democrática que denominaron Ente de Promoción del Pluralismo y la Integración de la Comunicación Argentina (EPPICA)[105].

Por último, creemos fundamental la problematización sobre los cambios que atraviesa hoy la matriz de la comunicación en general y también la de la comunicación alternativa, comunitaria y popular. Nuevos lenguajes, nuevos tipos de medios, nuevos formatos, nuevxs actorxs se consolidan cada vez más dentro de los consumos culturales masivos, sobre todo de las nuevas generaciones, y ninguna política que se precie de fomentar la diversidad de voces puede hacer caso omiso a este innegable cambio de matriz comunicacional sustentado en las nuevas tecnologías de la información y las prácticas sociales que están generando. Es por esto que, pese a no tener definidas las respuestas, sentimos relevante dejar planteadas preguntas sobre cómo el Estado podría elaborar políticas de financiamiento para lenguajes multimediales, narrativas digitales, uso de redes sociales, etc. desde una perspectiva de comunicación popular en pos de una disputa por una mayor incidencia en la agenda pública.

4.3. “Salvo el poder, todo es ilusión”

Quisiéramos finalizar esta investigación con algunas consideraciones que fuimos elaborando a partir de la misma, al calor de la discusión sobre las condiciones de posibilidad para alcanzar un mapa de medios plural y diverso que fortalezca y profundice la democracia

[105] EPPICA fue una iniciativa presentada públicamente el 27 de agosto de 2014 con motivo de la celebración del décimo aniversario de la Coalición, impulsada con el objetivo de generar una plataforma para el fomento y desarrollo de una multiplicidad de voces, en pos de construir un mapa mediático que refleje la riqueza y complejidad de lo social. Proponía la sanción de una ley que creara un ente encargado de centralizar las políticas de fomento al pluralismo y de construir un marco novedoso de desarrollo para el sector privado sin fines de lucro, con el objetivo de construir una nueva industria cultural, con trabajo registrado, federal y con capacidad de disputa de la agenda pública.

en nuestro país, y las prioridades a abordar en ese sentido desde la academia, la gestión pública y la práctica militante de lxs actorxs implicadxs.

Nos guió durante la investigación la pregunta por el fomento al pluralismo de una política pública en particular, pero lo subyacente a ella y motor central no solo de este trabajo sino de nuestras permanentes reflexiones y prácticas en el campo comunicacional, es la pregunta por la democratización de la palabra, de la producción y circulación de sentidos en nuestra sociedad, como herramienta para la profundización de la democracia. Y esa pregunta, que encuentra a lo largo del recorrido que vamos llevando múltiples respuestas parciales, se topa siempre con una misma respuesta general que acompaña a todas las otras en paralelo. Esa respuesta es que todas las preguntas que nos hacemos son preguntas por el poder.

Vimos en el estudio del marco teórico que nos orientó que el fomento al pluralismo es una moneda de dos caras, de un lado la desconcentración de cualquier sistema de medios, y del otro el fomento a nuevas y diversas voces dentro del mismo. Sin embargo, a la luz de la historia de nuestras sociedades en general y nuestro sistema de medios en particular, del ejercicio del poder por parte de los sectores dominantes y sus consecuencias, nos animamos a poner en tensión la idea de la paridad entre esas dos caras de la moneda, al menos en términos del carácter prioritario de una de ellas. Y es que, creemos, sin la desconcentración del poder mediático es muy difícil o hasta imposible pensar en el pluralismo.

Pensamos que nuestra historia demuestra que la concentración mediática, la concentración de la palabra es, en nuestras latitudes argentinas y latinoamericanas, la concentración de un poder político fenomenal que, en tanto no sea desarticulado, siempre operará sin tapujos ni limites algunos para garantizar sus condiciones de reproducción, que no sólo tienen que ver con cuestiones de rentabilidad económica sino que van mucho más allá. Tienen que ver con generar sentidos comunes desfavorables para cualquier proceso que intente democratizar las estructuras sociales, incidir profundamente en las decisiones políticas de los gobiernos, presionar y condicionar a poderes del Estado como el legislativo o el judicial en pos de la conservación del status quo, etc. En las sociedades hipermediatizadas del siglo XXI, el poder de ofrecer y presentar “lo real” que siempre detentaron los medios de comunicación se ve potenciado a niveles inéditos en la historia, confiriendoles un lugar que merece la más alta de las preocupaciones por parte de quienes pretendan modificar el orden injusto en el que vivimos. Si la teoría revolucionaria del siglo XIX nos decía que la socialización de los medios de producción era el camino a una sociedad de iguales, pensamos que hoy la democratización de los medios de comunicación es condición de posibilidad indispensable para poder pensar en una sociedad más justa, diversa y plural.

Y volvemos entonces a la pregunta por el poder. La desconcentración en la Argentina de hoy significa mucho más que la apertura del espectro para incorporar nuevas voces y fomentar así el pluralismo, mucho más que limitar la concentración de la circulación de ideas

para permitir una multiplicidad de opiniones en la agenda pública. Las definiciones de los organismos internacionales en esta materia, con todo lo que nos aportan en cuanto a la legitimidad de estos planteos y debates, tienen la limitación de que la formalidad de los espacios que las generan y su necesidad de "corrección política" les impiden nombrar con todo el peso y la fuerza necesarios a los accionares de los poderes mediáticos, revelando la profundidad de las consecuencias de los mismos. Sin la presión de tener que responder a nada más que a nuestra conciencia como militantes de la democracia, entonces, nosotrxs decimos que desconcentrar en argentina significa derrotar un poder político antidemocrático, corrupto, cómplice y partícipe del genocidio perpetrado por la última dictadura cívico-militar y de múltiples políticas de exclusión y hambre llevadas adelante en nuestro país por numerosos gobiernos, que se constituye en un verdadero límite al pluralismo, pero también y fundamentalmente, en un límite para una verdadera democracia.

Entendemos, entonces, que no hay tarea más urgente ni más necesaria que la de derrotar ese poder fáctico que significa el sistema de medios concentrado de nuestro país, y creemos que ningún sector preocupado por el devenir democrático de nuestra sociedad puede estar ajeno a identificar con claridad esta prioridad. Lo decimos a la luz del proceso de desmantelamiento de las admirables políticas comunicacionales de los últimos años por parte del nuevo Gobierno asumido en 2015. Décadas de prácticas contra-hegemónicas por parte de medios alternativos, comunitarios y populares, sistematizadas en un proyecto político comunicacional que logró abrirse camino en un Estado que cambió su racionalidad y le dio cauce, para terminar cirstalizándose en una legislación de avanzada a nivel mundial, materializada a su vez en múltiples políticas particulares de entre las cuales el FOMECA es sólo un ejemplo, pueden borrarse de un plumazo, o sería más correcto decir que pueden borrarse de un "decretazo". Pero lo que se esconde detrás de ese plumazo, es lo que en todo ese proceso descrito nunca se terminó de conquistar: el poder. El poder que sigue siendo de los que tergiversaron desde sus pantallas y sus páginas el espíritu democrático de la LSCA para poner a grandes sectores de la población en su contra, los que la judicializaron después del inédito proceso participativo que le dio nacimiento, y la mantuvieron así hasta que lograron derrotar al sector político que la impulsó, para reemplazarlo por otro que volviera a poner las cosas en "orden".

No queremos de ninguna manera decir con esto que las políticas parciales de fomento al pluralismo, de fortalecimiento del sector social y comunitario de la comunicación, deban ser algo secundario o subsidiario frente a la desconcentración, ni que no puedan abordarse en paralelo, como de hecho se hizo durante el proceso de implementación de la LSCA antes del cambio de gobierno. Pero sí sentimos la necesidad de dejar planteada esta discusión a todo el campo político y académico que pugna por una profundización de la democracia. En términos políticos, es histórica la dispersión de las fuerzas populares a la hora de identificar

con claridad a sus enemigos principales y apoyar con toda la fuerza posible los movimientos que avancen en su contra. En materia académica, se cae muchas veces en lecturas de los procesos políticos desde una mirada poco compenetrada con esta lógica de operación del poder, y se llega así a conclusiones que pueden tener toda la razón técnica y teórica, pero a veces dificultan la comprensión en clave de las contradicciones políticas de los procesos de disputa de poder, sin cumplir entonces su destino necesario de volverse armas para dar esa batalla. En la tensión necesaria de la crítica construída desde horizontes estratégicos e ideales, creemos indispensable que nuestras producciones y prácticas se orienten desde una racionalidad táctica guiada siempre por la pregunta por el poder.

Nos parece un aporte fundamental a esta línea de pensamiento lo que plantean Damián Loreti y Luis Lozano en su libro *El Derecho a Comunicar*

> *Entonces, cabe cuestionar por qué existe desconfianza sólo frente al gobierno y no ante las corporaciones, que efectivamente, deciden qué vemos, qué compramos, qué leemos o escuchamos, y por qué ninguna instancia democrática logra explicar la razón por la cual este funcionamiento es más legítimo que una decisión institucional. No existe -decimos nosotros- una teoría de protección de la libertad de expresión basada en la desconfianza hacia las corporaciones (*2014: p. 37*).*

Como marcan los autores, las preguntas históricas sobre la libertad de expresión y el derecho a comunicar estuvieron relacionadas al accionar del Estado. Pero en un mundo donde cada vez más las corporaciones imponen sus reglas incluso a los propios Estados, desdibujando los límites nacionales a la hora de ejercer el poder, se vuelve mucho más necesaria una redefinición sobre el rol que cumplen en la obstrucción de los avances democráticos en las sociedades, entre ellos la democratización de los sistemas comunicacionales.

Bibliografía y documentación consultada

IX Conferencia Internacional Americana (1948). *Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre*, Bogotá, Colombia. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/derechoshumanos_publicaciones_coleccionde bolsillo_02_declaracion_americana_derechos_hombre.pdf

Aguilar Villanueva, Luis (1992). *Estudio Introductorio*, en Aguilar Villanueva, Luis (comp.). La Hechura de las Políticas. Miguel Angel Porrua. México.

Aguilar Villanueva, Luis (1993). *Estudio Introductorio*; en Aguilar Villanueva, Luis (comp.). Problemas Públicos y Agenda de Gobierno. Miguel Angel Porrua. México.

Albornoz, Luis. et al (2000). *Al fin solos: el nuevo escenario de las comunicaciones* en la Argentina en Albornoz, Luis (coord): *Al fin solos... la nueva televisión del Mercosur*. La Crujía, Buenos Aires.

Albornoz, Luis y Hernández, Pablo (2008). *La radiodifusión entre 1995-1999: concentración, desnacionalización y ausencia del control público* en Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina* (1920-2004). Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2da edición.

Almiron, Núria (2008). *Asociaciones de editores y ayudas públicas. La contracción liberal.* Revista Telos, Abril-Junio 2008. N° 75.

AMARC ALC (2009). *Las mordazas invisibles: nuevas y viejas barreras a la diversidad en la radiodifusión*, Programa de Legislaciones y derecho a la comunicación. Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe, Buenos Aires.

Ávila Huidobro, Rodrigo et al. (2016). *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. 1a. ed. Córdoba, Editorial de la UNC.

Baladrón, Mariela (2009). *La radiodifusión argentina después de la crisis de 2001: la política de comunicación del Gobierno de transición de Eduardo Duhalde* en Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina* (1920-2004). Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2da edición.

Baranchuk, Mariana (2011). *Ley 26.522: hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual.* Mariana Baranchuk; Javier Rodríguez Usé; Gabriel Mariotto; dirigo por Jorge Lafforgue. - 1a ed. - Lomas de Zamora. Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Lomas de Zamora.

Becerra, M y Mastrini, G (2009). Los dueños de la palabra. Prometeo. Buenos Aires.

Beltrán, Luis Ramiro (2005). *La comunicación para el desarrollo en latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Documento presentado al III CONGRESO PANAMERICANO DE LA COMUNICACIÓN Julio 12-16, 2005, Buenos Aires, Argentina.

Botella, Joan (2006). *El pluralismo en el audiovisual: problemática y futuro* en Cuaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), Septiembre-Diciembre 2006. N° 26.

Bulla, Gustavo y Postolski, Glenn (2004). *Convertibilidad, endeudamiento y devaluación en la economía argentina de los '90. Ley de preservación del patrimonio cultural: el poder mediático al desnudo.* Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Vol. VI, N° 1, Ene-Abr.. Disponible en: https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/410/537

Busso, Néstor y Jaimes, Diego (2011). *La cocina de la ley: el proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina*. 1a ed. Foro Argentino de Radios Comunitarias.

Califano, Bernadette (2009). *Comunicación se escribe con K. La radiodifusión bajo el Gobierno de Néstor Kirchner* en Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina* (1920-2004). Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2da edición.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH)

(2002). *Informe Anual*. Capítulo IV: Libertad de expresión y pobreza.

(2004). *Informe Anual.* Capítulo V: *"Violaciones indirectas a la libertad de expresión"*.

(2007). *Informe Anual*. Capítulo III: Conclusiones y Recomendaciones.

(2008). *Informe Anual*. Capítulo IV.

(2010). *Informe Anual*. Capítulo IV: Principios sobre regulación de la publicidad oficial en el sistema interamericano de protección de los derechos humanos.

CIDH (2000). De*claración de Principios de Libertad de Expresión,* Washington DC. Disponible en https://www.cidh.oas.org/basicos/basicos13.htm

CIDH (2003). *Justicia e inclusión social: Los desafíos de la democracia en Guatemala*. Capítulo VII: La situación de la libertad de expresión. Disponible en: http://www.cidh.oas.org/countryrep/Guatemala2003sp/capitulo7.htm

Centro de Producciones Radiofónicas (2016). *Banco de argumentos sobre libertad de expresión, derecho a la comunicación y medios comunitarios*. Centro de Políticas Públicas para el Socialismo (CEPPAS). Disponible en: https://cpr.org.ar/banco-de-argumentos-de-derecho-a-la-comunicacion/

Consejo para Consolidación de la Democracia (1988). *Ley de Radiodifusión. Proyecto y Dictamen del Consejo para la Consolidación de la Democracia*, EUDEBA, Buenos Aires.

Com, Sergio (2008). *Alfonsinismo, contexto sociopolítico y medios de comunicación* en Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina* (1920-2004). Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2da edición.

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) (1996). *El control previo de las concentraciones y fusiones y la defensa de la competencia en los mercados*, Buenos Aires, CNDC.

Convención Americana sobre Derechos Humanos (CADH) (1969). San José de Costa Rica, 22 de noviembre. Disponible en https://www.oas.org/dil/esp/tratados_B-32_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf

Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH) (1985). *La colegiación obligatoria de periodistas (arts. 13 y 29 convención americana sobre derechos humanos)*. Opinión Consultiva oc-5/85. 13 de noviembre. Disponible en http://www.corteidh.or.cr/docs/opiniones/seriea_05_esp.pdf

De Charras, Diego (2011). *Pluralismo y diversidad: dos ejes sustanciales de la agenda de regulación de los medios audiovisuales* en “Ley 26.522: hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual” - 1a ed. - Lomas de Zamora. Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Lomas de Zamora.

De Charras, Diego (2014). *Pluralismo es más que una palabra.* Revista Turba, N° 4, Diciembre 2014.

De Charras, Diego (2015). A*puntes sobre pluralismo y diversidad en los servicios de comunicación audiovisual.* Revista Voces en el Fénix, año 6, número 49, Octubre 2015.

De Charras, Diego (2015). *Defender la democracia es defender sus leyes.* La ventana, medios y comunicación. Página 12, 30 de diciembre de 2015. Disponible en https://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-289261-2015-12-30.html

De Dios, Joseph Maria (2008). *Ayudas públicas y prensa escrita. El ordenamiento jurídico comunitario*. Revista Telos, N° 75, Abril-Junio 2008.

Declaración Conjunta:

Hussain, A; Duve, F; Canton, S (1999). *Mecanismos internacionales para la promoción de la libertad de expresión*. Primera Declaración Conjunta de los Relatores para la Libertad de Expresión. Disponible en http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=141&lID=2

Hussain, A; Duve, F; Canton, S (2001). *Desafíos a la Libertad de Expresión en el Nuevo Siglo.* Disponible en https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artid=48&lid=2

Ligabo, A; Haraszti, M; Bertoni, E (2005). *Declaración Conjunta Sobre Internet y sobre Medidas Anti-Terroristas*. Disponible en http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=650&lID=2

Ligabo, a, Haraszti, M, Alvarez, I, Pansy Tlakula, F (2007). *Declaración conjunta sobre diversidad en la radiodifusión*. Disponible en http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=719&lID=2

LaRue, F; Haraszti, M; Botero, C; Pansy Tlakula, F (2009). *Declaración Conjunta sobre Medios de Comunicación y Elecciones*. Disponible en: http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=744&lID=2

LaRue, F; Haraszti, M; Botero, C; Pansy Tlakula, F (2010). *Declaración conjunta del décimo aniversario: Diez desafíos claves para la libertad de expresión en la próxima década*. Disponible en http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=784&lID=2

LaRue, F; Mijatović, D; Botero, C; Pansy Tlakula, F (2012 - 2). *Declaración Conjunta sobre Delitos contra la Libertad de Expresión*. Disponible en http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=905&lID=2

LaRue, F; Mijatović, D; Botero, C; Pansy Tlakula, F (2014). *Declaración Conjunta sobre universalidad y el derecho a la libertad de expresión*. Disponible en http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=945&lID=2

(2017). *Declaración Conjunta Sobre Libertad De Expresión Y "Noticias Falsas" ("Fake News"), Desinformación Y Propaganda*. Disponible en http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&lID=2

Estrada, Anna (2006). *La supervisión del pluralismo informativo en la radio y la televisión en Europa* en Cuaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), Septiembre-Diciembre 2006. N° 26.

Exeni, José Luis (1998). *Políticas de Comunicación, andares y señales para no renunciar a la utopía*. Cap 1 y 3. Plural Ediciones. Bolivia.

Ferguson, B. (1997) *Educación en medios de comunicación: desarrollo de una pedagogía adecuada* en los Medios de Comunicación y la representación cultural. ADIRA.

Fernández Alonso, Isabel y Blasco Gil, José Joaquín (2008). *Las ayudas a la prensa en Eruopa en 2007: Los casos de Austria, Finlandia, Francia, Noruega y Suecia.* Revista Telos, Abril-Junio 2008. N° 75.

Fernández Alonso, Isabel y De Moragas, Miquel (2008). *Un creciente interés académico, político y empresarial por las ayudas a la prensa.* Revista Telos, Abril-Junio 2008. N° 75.
Financial Times. Suplemento Economía, Clarín. “Agosto, mes de gloria para las fusiones”, 12 de agosto de 1999.

García Leiva, Trinidad (2008). *Fin del milenio: concentración, continuidad y control. Una mirada sobre las políticas de radiodifusión del gobierno de Fernando De la Rúa* en Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina* (1920-2004). Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2da edición.

Granovsky, Martín (2013). *La concentración de medios lleva a la concentración del poder político*, Página/12, Buenos Aires, 2 de septiembre de 2013. Disponible en https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-228105-2013-09-02.html

Graziano, Margarita (1986). *Política o ley: debate sobre el debate*. En revista Espacios, Fac. de Filosofía y Letras UBA.

Hallin, Daniel C. (2008). *Intervención estatal en los sistemas de medios de comunicación: perspectiva comparativa*. Revista Telos, Abril-Junio 2008. N° 75.

Hallin, Daniel C. y Mancini, Paolo (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hopenhayn, Benjamín y Barrios, Alejandro (2004). *Las malas herencias: ¿qué dejan los gobiernos que se van?* Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

Horkheimer, M. y Adorno, T.W. (1971). *Dialéctica del Iluminismo*, Sur, Buenos Aires.

Humphreys, Peter (2008). *Subvenciones a la prensa en Europa. Una visión histórica.* Revista Telos, Abril-Junio 2008. N° 75.

Jorba, Rafael (2006). *Los otros pluralismos: perspectivas de futuro sobre el análisis del pluralismo* en Cuaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), Septiembre-Diciembre 2006. N° 26.

Kejval, Larisa (2009). *Truchas: los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares argentinas.* 1a ed. Buenos Aires, Prometeo Libros.
Kejval, Larisa (2016). *Reconfiguraciones de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas (1983-2015)*. Tesis para optar por el título de Doctora en Ciencias Sociales Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Buenos Aires. Director: Dr. Damián Loreti. Co-directora: Dra. Mónica Petracci. Buenos Aires.

Labate, C., Lozano, L, Marino, S, Mastrini, G. y Becerra, M (2012). *Abordajes sobre el concepto de concentración*. En Mastrini, G., Bizberge, A. y de Charras, D. (editores), Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Buenos Aires: La Crujía Ed.

Lazzaro, Luis (2011). *La batalla de la comunicación: de los tangues mediáticos a la ciudadanía de la información*. 1ra ed. 1° reimp. Buenos Aires: Colihue.

Lijalad, Ari (2016). *Así robaron Papel Prensa*. Investigación, Portal Nuestras Voces, 2 de noviembre de 2016. Disponible en
http://www.nuestrasvoces.com.ar/investigaciones/asi-robaron-papel-prensa/

Llorens, Carles (2006). *Informe Lancelot y el debate sobre el pluralismo y concentración de medios en Francia* en Cuaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). N° 23-24.

Lopez, Carles (2006). *Metodología del Consejo del Audiovisual de Cataluña para la observancia del pluralismo en los teleinformativos* en Cuaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), Septiembre-Diciembre 2006. N° 26.

Loreti, Damián M. y Lozano, Luis (2014). *El derecho a comunicar: Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*. 1° ed.- Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Loreti, Damián M. y Lozano, Luis (2015). *Prefacio.* Revista Voces en el Fénix, año 6, número 49, Octubre 2015.

Loreti, Damián (2012). *La libertad de expresión, los principios de desconcentración en el derecho internacional de los derechos humanos y la consistencia de la ley de servicios de comunicación audiovisual*. Cuadernos del INADI, N° 7, "La Comunicación como problema", julio 2012.

Marino, Santiago; Mastrini, Guillermo; Becerra, Martín; Rubini, Carolina y Espada, Agustín (2015). *Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina 2014.* Programa de Investigación "Industrias culturales y espacio público: comunicación y política en la Argentina" y Maestría en Industrias Culturales, Políticas y Gestión, Universidad Nacional de Quilmes.

Martini, Stela (2015). *La construcción de la agenda de los medios. Efecto agendasetting en los medios argentinos en el período 2003/2015.* Revista Voces en el Fénix, año 6, número 49, Octubre 2015.

Marx, Karl (2004). *El capital*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Miguel de Bustos, J. (1993). *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos*. Barcelona: Bosch.

Miguel de Bustos, J. (2003). "Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia", en Bustamante, E. *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

Miguel de Bustos, Juan Carlos (2004). *Sobre pluralismo y diversidad*. Zer, Revista de Estudios de Comunicación, Número 16: Concentración, pluralismo y globalización, País Vasco, España.

Medellín Torres, Pedro (1997). *Inestabilidad, incertidumbre y autonomía restringida: Elementos para una teoría de la estructuración de Políticas Públicas en Países de Baja Autonomía Gubernativa*. Revista del CLAD Reforma y Democracia. No. 8 (May. 1997). Caracas.

O´Donnell, Guillermo (2004). *Acerca del Estado en América Latina Contemporánea, Diez Tesis para la Discusión.* Nueva Sociedad, Nro. 128.

O´Donnell, Guillermo (1984). *Apuntes para una Teoría del Estado*, en Oszlak, Oscar (comp.) Teoría de la burocracia estatal, Buenos Aires, Paidós, 1984.

Organización de las Naciones Unidas (ONU) (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos. París, 10 de diciembre. Disponible en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/derechoshumanos_publicaciones_colecciondebolsillo_03_declaracion_universal_ddhh.pdf

Parlamento Europeo (1994). Resolución sobre la concentración de los medios de comunicación y la diversidad de opiniones, D. O. [1992] C 284/44, 1992. Parlamento Europeo. Resolución sobre la concentración de los medios y el pluralismo, D. O. [1994] C 323/157.

Parlamento Europeo (1995). Resolución sobre el pluralismo y la concentración de medios, D. O. [1995] C166/133.

Parlamento Europeo (2004). Resolución sobre el peligro que corre en la UE y, particularmente, en Italia, la libertad de expresión y de información, D. O. [2004] C 104 E/1026.

Parlamento Europeo (2008a). Resolución, de 25 de septiembre de 2008, sobre la concentración y el pluralismo en los medios de comunicación en la Unión Europea, D. O. [2010] C 8 E/85.

Parlamento Europeo (2008b). Informe sobre la concentración y el pluralismo en los medios de comunicación en la Unión Europea (2007/2253(INI)), ponente: Marianne Mikko, 10 de julio de 2008.

Parlamento Europeo (2011). Resolución de 10 de marzo de 2011 sobre la Ley de medios de comunicación húngara.

Pérez Gómez, A. (2002). *El control de las concentraciones de medios de comunicación*, Madrid: Dykinson.

Postolski, Glenn y Marino, Santiago (2008). "Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios" en Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina* (1920-2004). Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2da edición.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) (1974). *Declaración de Cocoyoc*, México. Disponible en http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/704/2/RCE3.pdf

Rossi, Diego (2008). *La radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo privado-comercial* en Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina* (1920-2004). Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2da edición.

Rubini, Carolina y Espada, Agustín (2015). *Los medios sin fines de lucro*, Página/12, Buenos Aires, 9 de diciembre de 2015.

Sánchez, Gloria Cecilia (2003). *Legislación sobre radiodifusión sonora comunitaria: estudio comparativo de legislaciones de trece países.* División de la Libertad de Expresión, la Democracia y la Paz, sector de la comunicación y la información. UNESCO.
Disponible en http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001309/130970s.pdf

Secretaría de Comercio Interior, Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, Presidencia de la Nación (2010). *"Papel Prensa LA VERDAD"*. Disponible en https://www.economia.gob.ar/basehome/pdf/papel_prensa_informe_final.pdf

Servaes, Juan (2000). *Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas dos modelos* en "Temas y problemas de Comunicación". Publicación del CICOM Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Río Cuarto. Río Cuarto. Argentina. AÑO 8. Vol. 10.

SchenKel, Peter (1981). *POLÍTICAS NACIONALES DE COMUNICACIÓN*. Introducción. Ediciones CIESPAL, Quito.

Tomás Olalla, Ferrán (2004). *Revisión crítica de las relaciones entre pluralismo y mercado en los medios audiovisuales*, en ZER Revista de Estudios de Comunicación, Nº16. Bilbao: UPV/EHU, pp. 45-56. Disponible en http://www.ehu.eus/zer/eu/hemeroteka/gaia/Revisin-crtica-de-las-relaciones-entre-pluralismo-y-mercado-en-los-medios-audiovisuales/218

Unión Europea (1992). *Tratado de la Unión Europea.* Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Disponible en https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_on_european_union_es.pdf

Valcke, Peggy (2012). *Desafíos de la regulación del pluralismo en los medios en la Unión Europea: el potencial de la regulación basada en el riesgo* en Cuaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) 38, vol. XV (1) - junio.

Villamayor, Claudia (2000). *Informe Nacional Argentina*. Mimeo.

Resoluciones AFSCA

- 854-AFSCA/2013
- 1220-AFSCA/2013
- 188-AFSCA/2014
- 189-AFSCA/2014
- 322-AFSCA/2014
- 599-AFSCA/2014
- 1048-AFSCA/2014
- 1048-AFSCA/2014
- 1332-AFSCA/2014
- 227-AFSCA/2015
- 998-AFSCA/2015
- 228-AFSCA/2015
- 229-AFSCA/2015
- 620-AFSCA/2015
- 230-AFSCA/2015
- 231-AFSCA/2015

- 232-AFSCA/2015
- 997-AFSCA/2015
- 788-AFSCA/2015
- 233-AFSCA/2015
- 621-AFSCA/2015
- 622-AFSCA/2015
- 623-AFSCA/2015
- 624-AFSCA/2015
- 625-AFSCA/2015
- 888-AFSCA/2015

Anexo

Entrevista a Larisa Kejval - 11 de julio de 2018

N- ¿Cómo estaba el universo de los medios comunitarios previo a la implementación del FOMECA 2009-2013 (cantidad de medios, tipos, distribución geográfica, organización del sector, etc.)? ¿Existen datos sistematizados sobre esto?

L- Me parece que lo que ustedes quieren reconstruir es algo que no está sistematizado, de hecho es un gran deuda que el Estado no abordó cabalmente. De hecho nosotrxs estamos lanzando un proyecto que se llama relevamiento de servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, populares, alternativos, cooperativas y de pueblos indígenas nacional que lo estamos haciendo con una red que se llama red interuniversitaria de comunicación comunitaria, alternativa y popular, con un equipo federal de compañerxs y colegas de la Universidad de Salta, de Tucumán, Córdoba, La Plata, Quilmes, Río Negro, Avellaneda, Entre Ríos y UBA, y alguno más que me debo estar olvidando, y partimos del mismo lugar que ustedes, no está esa información sistematizada. El Estado nunca logró tener una base de datos compartible, fiable, que diera cuenta de los sin fines de lucro, y el sector tampoco lo tiene. De hecho, lo que hay es lo que cada red tiene. Este es un proyecto que estamos armando en articulación con las redes para que también sea útil para ellas. Cito este proyecto por que nace como una necesidad prioritaria del sector, de las Universidades que venimos trabajando con el sector, porque no existe esto, información sistemática y fiable que el Estado haya sistematizado. Este proyecto es un relevamiento que indaga no solo dónde están, cuántos, qué cobertura tienen, cuándo fueron fundados, sino también esto, acceso a políticas públicas, a publicidad oficial, algunas características tecnológicas, etc., al estilo de un censo. En 2010 se trabajó un censo pero que tuvo una particularidad. En ese censo se anotaron también muchas organizaciones sin fines de lucro, emisoras, colectivos aunque no tuvieran personería jurídica que aspiraban a tener un medio, por eso no es del todo fiable. Yo tengo compañerxs que estaban en proceso de fundar una radio a la luz de la LSCA y se anotaban aunque su radio no estuviese en funcionamiento. Entonces esa información para que ustedes tengan un mapa de ese período no existe, lo que existe son partes parciales que es la información que tiene cada una de las redes a partir de lo que son sus asociadxs, FARCO, AMARC, la RNMA tienen su listado.

También para construir ese universo hay un problema, que es con qué concepto entrás a construirlo, si con el concepto de sin fines de lucro, o con el concepto de comunitario, popular y alternativo. Porque si ingresas sin fines de lucro, de hecho creo en el listado del censo hay muchas evangélicas que entran dentro del sin fines de lucro pero que en términos del proyecto que implican históricamente no han sido consideradas dentro de los comunitarios. Creo que

esto es muy complejo de reconstruir y hay que plantearlo como problema, excede la posibilidad de una tesina.
Creo que esa sistematización es una tarea titánica. Poner indicadores en relación con ese universo les va a ser bien difícil, pero pueden tomar esto como problema. Igual pueden evaluar incidencias de la política sin construir esos indicadores.
Cosas de 2009-2013: Una que para mi es muy importante, que el artículo 97 que es el del FOMECA fue propuesto por las redes. Y en el anteproyecto que se presenta en La Plata el financiamiento era el 4% y a partir de las presentaciones en los foros y demás se eleva al 10%. Es reconocida como una conquista del sector. Y en este momento de regresión de derechos a partir de la desmantelación de la LSCA en 2015, se valora mucho cuando la política se institucionaliza a ese nivel, cuando es letra de Ley, y no solo un programa. Digamos que cuando es letra de Ley ahí sí es más difícil desandar el logro o la conquista, lo estamos viendo ahora. Y más aún cuando se trata de una carga impositiva que necesita una mayoría especial del Congreso para ser modificada. Entre otras cosas por eso no la puede modificar por Decreto Macri cuando decreta el 267, el desmantelamiento de la Ley. El Estado hoy lo que puede hacer es dilatar, aplicar a cuenta gotas, intimar a las radios porque presentan mal cosas, hacérselas más difícil, pero no puede sacarla. Eso me parece que es algo importante como aprendizaje a futuro: allí cuando haya política progresiva, lograr el mayor grado de institucionalización posible.
Después, entre 2009 y 2013 lo que sí hubo fue mucho malestar del sector por la no aplicación de los FOMECA. Hay varios artículos, publicaciones, resoluciones creo de la asamblea de FARCO donde incluso adscribiendo en gran medida a las políticas del Gobierno nacional, sale a cuestionar primero la no implementación y segundo la implementación muy paulatina para la implementación del 10%
N – Que de hecho fue uno de los últimos años.
L – Exactamente. Ahí ya entramos en una zona más de interpretaciones, no de dato duro, de qué pasó en ese momento. En primer lugar, una vez que se sanciona la Ley lo que hay, que es algo muy conversado con las redes, lo que hubo en el marco del Estado fue un desconocimiento del sector. Si bien había cierta apertura para la ampliación de política pública, al haber desconocimiento lo que hubo fue todo un proceso de ajuste de requerimientos, de requisitos, de las disposiciones reales a través de las cuales se aplicaron. Y me parece que ahí las estrategias de las redes fueron distintas, algunas salieron a confrontar directamente, caso de la RNMA, y otras como FARCO intentaron de alguna manera, en alguna medida, ocupar lugares en el Estado para poder traccionar la política pública de manera que permitiera fortalecer al sector, profundizar la política. Digamos, me parece que ahí de hecho Mariela Pugliese que era la Presidenta de FARCO en ese momento termina laburando en el AFSCA, Néstor Busso era el Presidente del COFECA. Fue una estrategia para lograr

incidencia misma en el diseño de la política pública, yo creo que con algunos buenos resultados y otras complejidades. Eso de 2009 – 2013, creo que hubo como un momento de ajuste.

Después, en el orden de las interpretaciones, en ese momento una de las discusiones dentro del sector era, con cierta parte de las dirigencias era, bueno, no se trata tan solo de confrontar con el multimedio, con el Grupo Clarín, los concentrados, sino también se trata de fortalecer un tipo de comunicación totalmente arraigada en las organizaciones populares y comunitarias. Y eso fue una tensión durante esos años de gestión. Fue una tensión fuerte, en qué medida se trataba de confrontar con los grupos concentrados y en qué medida también se apostaba audazmente a la construcción de una política pública con fuerte arraigo en las organizaciones. Y cuando digo con fuerte arraigo en las organizaciones era organizaciones que no necesariamente se encuadran bajo la conducción del Gobierno nacional. Organizaciones que tenían autonomía respecto de las organizaciones político-partidarias que adscribían al Gobierno nacional y eso generó una zona de tensiones.

Otra cosa importante del FOMECA es que en este proceso de diálogo, porque hubo un proceso de conocimiento, y me parece lo que hubo fue también que se diversificaron las líneas y se incorporaron líneas, muy interesantes para la gestión de los medios. De hecho, la incorporación de las líneas vinculadas a gestión, que permitieron fortalecer la gestión de los medios comunitarios, o las líneas vinculadas a gestión de redes, son líneas que claramente surgen a partir de la articulación específica con el sector para la implementación de la política pública. Va de suyo que eso sea necesario, por ejemplo, que parte del FOMECA sea para pagar un abogado, un contador, cosas muy necesarias para la puesta al día de las organizaciones que llevan adelante los medios.

No hay mucha más información sistematizada.

N – Nos decía otra entrevistada que trabajó esos años en la DPE y sobrevivió al cambio de gestión, aún continúa en el ENACOM, hoy por ejemplo, se modificaron los reglamentos de las líneas de gestión, usando un manual de administración de empresas. Y lo hacen porque tienen desconocimiento total del sector. Por otro lado, son muy reacios a la línea de redes porque ellos consideran que es “darle plata a hippies”, y que encima se las dan para organizarse. Es es un poco la mirada que tienen hoy. Además vaciaron el área. Antes eran veinticinco personas trabajando en la dirección, trece dedicadas a cosas del FOMECA, y hoy hay cuatro personas en la dirección y dos encargadas del FOMECA.

L- Nosotrxs empezamos a recolectar anécdotas ridículas de las intimaciones que empezaron a llegar; de cómo estaban foliadas cosas como tickets de subte, a BTV le cuestionaron qué es un croma, algo que para las televisiones es muy básico... cuestiones muy desde el desconocimiento y muy dilatorias

Sí para las radios fue muy importante. Otro caso interesante es el de las indígenas. Ahí el que es interesante para conversar es Janeiro que estuvo muy de cerca, labura en la defensoría del público y acompañó mucho a los medios, porque lo que pasó con las indígenas, a diferencia de las comunitarias, es que fueron proyectos con menos desarrollo. La sanción de la Ley, al ser para los pueblos una conquista en nombre propio al no estar subsumidos bajo el 33%, ofició como catalizadora o motorizadora de la instalación de muchas radios. Es cierto que había experiencias previas, pero muchas de ellas tenían que ver con programas en radios comunitarias, la participación en la gestión de otras, otras experiencias con muchos años, como “La Voz Indígena” en Tartagal. Pero después empezaron a surgir muchas experiencias indígenas y se produjo un choque de los procesos fundacionales de esas radios. Desde las condiciones muchas veces de marginalidad de los actorxs, encontrarse al frente de la oportunidad de la política pública generó muchas dificultades para la implementación, por ejemplo llenado de formularios. Ahí yo creo que la defensoría jugó un papel interesante. Pero fue una historia distinta a la de las radios que ya estaban instaladas desde los 80, con otra experiencia de alguna manera en gestión de proyectos. Estoy pensando en radio Encuentro, FM Sur de Córdoba, La Tribu, La Ranchada, Aire Libre... Ahora, vos vas hoy a una de estas radios que fue beneficiada por el FOMECA y se nota la diferencia; en ese momento ibas y se notaba la diferencia con los años anteriores, lo que significó la posibilidad de acceder a esos recursos. Fundamentalmente en equipamiento, la posibilidad de renovarlo. Piensen que la posibilidad de renovar estudio, equipamiento, son inversiones grandes para las radios. Significó mucho sin lugar a dudas. También la puesta al día de las organizaciones, que lo que tuvo de interesante, y esto no es consecuencia directa del FOMECA, si indirecta, que empezaron muchas radios a pensar en términos de profesionalización de sus trabajadorxs, de trabajo digno y remunerado para trabajadorxs.

Esto es muy importante, esto fue una pelea, las primeras líneas de FOMECA no pagaban salarios, y eso es una histórica puja de los medios comunitarios. Y ya después, en las líneas siguientes, vinculadas a producción y demás, empezaron a poner, por ejemplo para sostener programa diario, periodístico, y así empezaron a reconocer salarios y eso permitió mejorar las condiciones de compañerxs que producen las radios o las emisoras.

N – Lo que decís de los Pueblos Originarios es interesante para pensar en la racionalidad del Estado. Porque si antes se reclamaba que planteaba exigencias imposibles, ahora otorga recursos pero habría que ver en qué medida brinda también un acompañamiento para poder acceder. No es solamente el otorgamiento de los recursos sino en qué medida se pensó en las particularidades de ese sujeto que quizás no tenía tanta experiencia previa y necesitaba más que esos recursos, un bagaje de conocimientos más amplio, etc. Y es interesante la pregunta de hasta donde se llegó, no solo a nivel recursos sino también con estas cosas.

L- Y, yo creo que tenés tensiones que son irresolubles en algunos aspectos. Todxs venimos pidiendo por una política pública y cuando el Estado la despliega y la institucionaliza, ahí empiezan a aparecer otro conjunto de diferencias. Por ejemplo, una cuestión que a mí me tocó dirimir en persona, en mi militancia en las redes. Al momento de la sanción yo trabajaba en AMARC América Latina, donde teníamos unas treinta, cuarenta radios, en el momento de sanción de la Ley agarramos el anteproyecto, lo revisamos con todas, artículo por artículo, con el asesoramiento de Damián Loreti y Analía Delíades, a ver qué tenían para decir los compañerxs de cada radio. Así por ejemplo fue saliendo lo de las radios de indígenas, lo del 10% del FOMECA, de esas dinámicas muy sencillas, muy territorializadas.

Ahí con AMARC nos dimos una política, estábamos motorizando esa red, AMARC Argentina que motorizaba unas 30, 40 radios. Agarramos el anteproyecto que había unos plazos para presentar propuestas, lo leímos con un grupo, empezamos a generar talleres con las radios viendo artículo por artículo. Ahí empezaron a aparecer las propuestas, por ejemplo lo del 4% es poco. Lo de los indígenas, que plantearon queremos ser un actor aparte. Por su puesto, eso lo traen compañerxs de AMARC que estaban en diálogo con las redes que se iban armando en ese minuto con compañerxs comunicadorxs indígenas. Y entonces ahí nos dimos una estrategia: ir a plantear todo esto a cada lugar donde se hacían los foros y teníamos sedes. Entonces lxs compañerxs iban, con lo que se había consensuado, a los foros, en cada lugar donde había una radio iban lxs compañerxs de la radio y lo planteaban en nombre de la red. Alucinante esa estrategia, linda.

Una de las tensiones que me tocó vivir, hay veces que la política pública se enfrenta con tensiones que no son muy resolubles. Por ejemplo, había parte de los Pueblos Originarios que rechazaban que el Estado nacional les diera la persona jurídica, por su propia cosmovisión: “yo soy preexistente al Estado nacional, ¿por qué me tiene que dar una persona jurídica para reconocerme? me niego”. Pero la Ley exigía personería jurídica para acceder a la política. ¿Cómo resolver eso? No tiene que ver con la voluntad del Estado sino con una tensión política, creo yo, irresoluble.

N – Con la RNMA también pasó mucho.

L – Bueno. Yo lo que diría es, hicieras lo que hicieras como Estado, la concepción de Estado que predomina en algunxs actorxs es que con el Estado se confronta porque el Estado es de clase porque de alguna manera es funcional a los sectores dominantes. Entonces, una vez que la política se institucionaliza empiezan a aparecer esas diferencias que ni siquiera se resuelven, creo yo, con el buen funcionamiento del Estado, tienen que ver con otra cosa. Ahora, vos como Estado la tenés que hacer igual la política, diversa, plural...

Yo creo que, sin lugar a dudas, la política contribuyó a la diversidad y al pluralismo. Pero porque para mi el razonamiento va incluso más allá del modo en que fue implementada. En un sistema mediático que por las mismas características de la mercancía cultural y

comunicacional tiende, cuando queda liberado a la lógica del mercado, cuasi naturalmente a la concentración, sin Estado que garantice de alguna manera el fortalecimiento y sostenimiento de otros actores, no hay diversidad y pluralismo posible. Eso es para mí un punto de partida muy importante. Y sí, creo que contribuyó efectivamente, era una de las políticas más valoradas por el sector.

N – Nosotrxs venimos viendo que tal vez los esfuerzos por fomentar fueron muy dispersos. La DPE hacía cosas, la defensoría otras, y para adelante, si queremos desarrollar un mapa de medios plural, también tenemos que empezar a homogeneizar las estrategias desde los diferentes lugares del Estado para que sea un política más efectiva.

L- Coincido plenamente. La Ley es conquistada por un movimiento muy grande, con protagonistas indudables. Una articulación de actorxs preexistentes, los medios, gremios, algunxs políticxs, universidades... yo creo que una vez que la Ley se sanciona, como gran parte de esos actorxs se reconocía como parte del proyecto nacional y popular, muchxs fueron por un lugar en el Estado. Fueron, considerando que el Estado es un lugar de acumulación de poder, legítimamente, no estoy cuestionándolo... en nuestra América Latina el Estado tiene una potencia para ampliar derechos, construir y acumular poder, muchos actorxs fueron por su lugar. Y desde ahí muchas veces se gestionó para la propia organización política, no siempre sintetizados en un proyecto único, sino que muchos a veces hicieron la propia. Creo que eso lo tenemos que reflexionar, porque la historia de la coalición por una radiodifusión democrática no termina el día que se sanciona la Ley. Continúa también de esta forma en que de alguna manera se va disgregando ese aporte y los distintos actores van ocupando lugares en el Estado y haciendo su propia acumulación de poder para sus organizaciones, no digo individualmente, en algunos casos probablemente. Y no siempre se fue solidario, no siempre fue así. Por un lado las estrategias de los organismos públicos no siempre confluyeron, el INTA armaba su red, la defensoría del público su estrategia, entre sí todo mal, persiste hasta el día de hoy. Hoy estamos todxs del mismo lado, tenemos un enemigo muy fuerte, pero en ese momento era complejo. A mi me ha tocado estar sentada en oficinas de funcionarixs donde me sacaban el medidor de kirchnerismo, a mi y a las radios que integraban nuestra red. Eso también existió. Me parece que cuando eso existe no se termina de comprender, digo yo, o que no terminamos de coincidir, es en una noción de comunicación. Si la comunicación tiene que ser efectivamente del todo orgánica a la organización política o tiene que ser un espacio que preserve determinado nivel de autonomía de la organización político-partidaria que conduce el Estado. Yo creo que cuando es totalmente orgánica a la organización política, incluso se podría discutir con compañerxs de izquierda esto, desde otro lado, la organicidad respecto de organizaciones políticas de izquierda... bueno, queda muy sujeta a los vaivenes políticos de esa organización sin poder consolidar posiciones de poder

un poco más autónomas de esas lógicas pero finalmente arraigadas a lo popular, con todas sus contradicciones y complejidades.

N – Nosotros trabajamos esa idea de la tensión política que atravesó el proceso de construcción e implementación de la Ley y cómo incidió; tal vez esto de que se puso mucho en enfrentar a los grupos concentrados y no tanto quizás en desarrollar otra noción de comunicación.

L – Ojo, pero se hizo un montón. Yo estoy enfatizando en lo que me parece que quedó pendiente que me parece que puede ser un aprendizaje a futuro. Claramente había una confrontación y nadie adentro del sector dejó de pensar en esa confrontación con el sistema de medios concentrados y sus intereses. De hecho, este sector se funda desde esa confrontación, desde ese antagonismo, si hay algo que los hace iguales o equivalentes es esa confrontación con un sistema de medios que concibe la comunicación como mercancía, concentrado, funcional a los intereses dominantes, etc. Eso esto sin lugar a dudas.

Después me parece que se hicieron un montón de cosas, que hubo la emergencia de un montón de actores que antes era algo mucho más difícil. El relevamiento que estamos haciendo ahora queremos ver un poco eso, tomando el año de fundación de las emisoras poder construir indicadores acerca de... bueno, tenemos la presuposición de que muchas radios y televisoras fueron construidas después de la Ley. Efectivamente eso es un indicador de democratización. Surgieron un montón de radios indígenas en un montón de lugares. Porque entre otras cosas lo que se posibilitó fue que el debate por la comunicación se expandiera por muchos sectores sociales.

Sobre los medios concentrados, y bueno, algunxs pensamos que se les tendría que haber pegado más fuerte. ¿Cómo se hace? No sé...

Sí más transferencia de recursos al sector hubiera sido interesante. Hay una frase de García Linera que me parece interesante, que le preguntan dónde poner las energías, si en el Estado o en los movimientos, y responde ni todo en el Estado, ni todo en los movimientos, sino que es necesaria esa tensión entre la potencia transformadora del Estado en nuestras democracias latinoamericanas y la potencia transformadora de los movimientos como espacio donde se piensan las nuevas demandas, la creatividad política. Desde el Estado es muy difícil ser creativo políticamente, donde surge la creatividad política es de otros lugares menos institucionalizados probablemente, y quizás es una de las virtudes que tenemos que recuperar en este tiempo de resistencia.

N – Decís que los medios comunitarios alternativos y populares, del 2009 al 2013, tenían mucho malestar por la no aplicación del FOMECA. ¿Cuáles eran las hipótesis del por qué no se estaba aplicando desde el momento 0 de la Ley? Porque desde el Estado se da una explicación de que, pasar de un Estado que no se reconocía a los medios sin fines de lucro a uno en que se los reconoce, los incorpora, pero les exige determinadas cuestiones legales

como personería jurídica, etc., una de las dificultades desde lo administrativo fue cómo abordar el vínculo con actores que se estaban incorporando recientemente a la legalidad.

L – Tampoco tanto malestar... Igual eso no era para todos igual, en el caso de las históricas no tenías ese problema. Lo único que no tenían era una licencia, todo lo otro lo tenían, AFIP, IGJ, todo eso... si gestionaban proyectos con la Unión Europea.

Parte de la política pública, no digo la desarrollada por el AFSCA, por parte del Estado nacional vía publicidad oficial que es algo de lo que no estamos hablando pero fue otra vía de financiamiento y fortalecimiento en el mismo período histórico, cuestión a la cual a los comunitarios les fue muy difícil acceder... fue accediendo, fue difícil pero fue accediendo.. hoy en día es imposible, no hay un solo comunitario con publicidad oficial.. no es solo FOMECA, publicidad oficial fue la gran torta de fortalecimiento.. ¿dónde fue esa torta? ¿A quién se fortaleció mientras tanto?

N – ¿Medios públicos?

L – No solo... a los Szpolski, Cristóbal López. Pero ¿por qué? Porque este sector, que también fue necesario creo yo, es una hipótesis, son interpretaciones, que fue necesario para la sanción de la Ley en articulación con la Coalición, también fue considerado como hippie. Digamos, a eso me refiero cuando hablo que no se terminó de confiar o de creer en una política de comunicación de fuerte arraigo popular es, y, daba más profesional una empresa de Cristóbal López o de Szpolski que los medios comunitarios. También tenían esta imagen, no importa construída de qué, por qué.. entonces, hubo transferencia de recursos, no vía FOMECA pero vía otras formas para estos actores. Cuando hablás con los compañerxs ese es el gran aprendizaje, o la factura pendiente, no sólo lo no hecho con Clarín, además es, vos dirigencia, digo dirigencia porque un proyecto nacional y popular no se reduce a una dirigencia pero vos confiaste más en estos a los que les bajaste toda la guita que en nosotros, nosotros que ahora en las malas estamos contando los conflictos, poniéndole el pecho, laburan lxs compañerxs de todos modos... digo, eso es. Y en eso no eran todas nuevas, chiquitas, de un pueblo.. en es hay experiencias con muchos años de historia recorridos, con muchos años de resistencia, con mucha experiencia en muchos aspectos.

N – Otra cosa que se plantea desde el Estado es la falta de un andamiaje administrativo. Recién en 2015 se empezó a desarrollar un sistema digital, por ejemplo. Los proyectos se miraban hoja por hoja, se foileaban a mano, una precariedad de trabajo que dificultaba lo administrativo. Desde que no hubiera foliador automático a que no se tuviera un sistema.

L – Y sí... y del otro lado las organizaciones que decían “yo no quiero tener una personería jurídica”... y sí, pero es el Estado, cuando querés hacer un trámite en el Estado tenés que mostrar un DNI, bueno para las organizaciones es lo mismo... también había algo de eso. Pero creo que no fueron todas las organizaciones. Porque han tenido que lidiar con el Estado en otras organizaciones.

N – Y posterior a la implementación del FOMECA, más allá del reclamo por el total del porcentaje, ¿te acordás que hubiera otro tipo de reclamos, o dificultades que las organizaciones estuvieran reconociendo en cómo el Estado se acercaba o no se acercaba?
L – No, yo ahí ya no estaba en las redes. Yo me voy en 2011 de la red así que me quedo sin muchas anécdotas en primera persona. Pero sí, había la sospecha que se beneficiara siempre a los mismos actores, que siempre aparecían beneficiados. Producto de su afiliación política y su capacidad de insertarse en el Estado. Eso apareció, te podría decir. Y para otras políticas públicas, además del FOMECA, eso, el medidor de cercanía con el proyecto (Gobierno)... lo que habla de una concepción de la comunicación, pero no fue lo único tampoco, BTV que organizó movidas en la puerta del AFSCA también recibió FOMECA, son matices. Yo ahí disiento con esa política, creo que fue una lectura errada del momento histórico... y también eso plantea cuánto sos hippie porque no tenés elementos y cuánto porque eso siempre te permite confrontar con el Estado.
N – Entonces previo a la implementación del FOMECA no hay datos concretos de el sector, distribución geográfica, etc?
L – Nada, es algo que vamos a buscar con el relevamiento, antes no hay nada. Cuestión que nos lleva al rol de la Universidades y de sus investigadorxs también. ¿Qué investigamos cuando recibimos fondos del Estado para investigar? ¿En qué medida construímos conocimiento útil? En paralelo tuviste una política de ciencia que se ensanchó, más becarios, más tesis doctorales, más investigadores del CONICET, y el conocimiento estratégico que no tenés construído ¿cómo se explica?
N – También cuestiones de las tensiones políticas, como el hecho de que en el AFSCA en unos años hubo tres direcciones distintas en las cuales siempre se arrancaba de cero, y era muy difícil saber algo de la gestión anterior. No se hacía laburo de sistematización.
L – Es que también, y para ser algo indulgentes con nosotrxs mismos, fue un tiempo de tanta apertura de política pública, que nos dedicamos a hacer, hacer y hacer, y a veces cuando hacés hacés hacés no te podés poner a sistematizar... fue mucho de hacer, de abrir, por eso hay que pensar también no solo en una oficina sino en las articulaciones de organismos del Estado, me parece que por ahí también va una conclusión posible. Políticas más integrales que piensen las distintas dimensiones. En el NOA hubo un ejemplo maravilloso. Se armó la mesa de comunicación popular de Salta y Jujuy, de gestión o algo así. ¿Quienes las motorizan? Laburantes, funcionarios, AFSCA, la subsecretaría de agricultura familiar que desarrollaba proyectos de radio ahí, radio nacional, el INTA que desarrollaba proyectos de comunicación en el territorio, universidades nacionales, y armaban una mesa y de ahí articulaban proyectos. EL ESTADO. Esa experiencia es maravillosa y sigue funcionando hoy, con muchas de esas personas sin estar en el Estado pero habiendo construído sus lazos.

Me parece interesante también la idea de los actores no solo como beneficiarios, sino también los actores sentados ocupando los lugares en el Estado. Porque de hecho hubo estrategia para eso. Que Néstor Busso fuera presidente del COFECA fue de hecho una estrategia, desde los medios un tipo de construcción y de concepción.

N – En el libro eso lo marcás como una estrategia más de FARCO, no tanto de las otras redes.

L – Por supuesto. RNMA fue más confrontativa. Y AMARC en un contexto de polarización se le complicó donde ponerse. Me parece que preservar ese lugar de autonomía y de pensar el derecho a la comunicación como el principal proyecto en un momento de tanta polarización política, la tensión se le metió adentro Esa tensión estuvo puesta adentro.

Hubo también una incidencia en los estándares internacionales, para mi hubo en el proceso de sanción de la Ley un movimiento por abajo y por arriba de presión hacia el Estado, Por abajo de presión de la coalición y todo el laburo para extender el derecho a la comunicación como una cuestión social; por arriba un proceso que empieza yo diría en 1998 de incidencia de los estándares internacionales en materia de derechos humanos para que esos estándares de libertad de expresión y derecho a la información incluyeran las demandas del sector. Eso pocos lo ven, muchas veces se acusa a los representantes de las redes que hacían ese laburo de que se la pasaban viajando.. bueno, era por algo. Porque después esos estándares, CIDH, etc., le exige al Estado adecuarse. Obviamente después el Estado hace lo que se le canta, pero bueno. Ese marco teórico también nace de un movimiento del sector. Eso es algo que se ve poco y tenemos pendiente ahora en el momento de convergencia. Si no agarramos eso en una estrategia por abajo y por arriba... no está habiendo mucho espacios de activismo comunicacional internacionales como fueron el Foro de Porto Alegre, la Cumbre Social de la Información.

N – Nosotrxs queremos armar lo que la política fue incorporando en base a las demandas del sector.

L- Salarios, redes, gestión... que por otra parte era cosas que los convenios internacionales muchas veces con cubrían. Eso fue una diferencia. Era financiamiento en general para otros objetivos.

N – No para sostenibilidad.

L – No, al contrario, había que demostrar que se era sostenible independientemente del financiamiento que llegaba. Esa fue una gran diferencia.

Entrevista Francisco D'alessio - 12 de julio de 2018

N – Desde tu práctica como coordinador de la DPE, ¿Cuál creés que es el rol del Estado en el fomento al pluralismo y la diversidad, y si efectivamente creés que el FOMECA sirvió o no sirvió en ese sentido, cumplió o no la responsabilidad del Estado en ese sentido?

F – Cuando nosotros empezamos a laburar el FOMECA, principios de 2013, lo primero con lo que nos encontramos fue con una vacancia muy grande. No había, por más que la LSCA estaba sancionada desde 2009 y había equipos de trabajo que supuestamente laburaban el fomento, no había nada hecho. Y eso nos obliga, en buena hora, a ponernos en diálogo con el sector, para evaluar qué era lo que el sector estaba mirando, demandando, necesitando. Y en esa conversación para mí lo más notorio fue que el mismo sector no tenía claro... en el sector había mucha insatisfacción, una demanda muy fuerte, tanto de los actores que acompañaron el proceso, como FARCO, actores si querés llamalos kirchneristas, que en la batalla que se estaba planteando eran oficialistas, estaban del lado de la gestión o del apoyo al organismo, la Ley, etc, como aquellos que eran más críticos, que te corrían por izquierda. En todos había una cosa de “ustedes nos deben 200 millones, 400 millones de pesos...”; una demanda muy insatisfecha, y había muy poca claridad en qué hacer más allá del número de plata. Ahí había una primer cuestión que nos puso, para pensarlo desde el lugar de la política pública, al Estado en la necesidad de pensar más integralmente la política, y no pensar el FOMECA únicamente como un chorro de guita que iba del sector público al sector sin fines de lucro. Era pensar qué es generar una política que involucra recursos para fomentar el desarrollo de un sector. Y te digo más, me parece que todas las iniciativas, porque la dirección no desarrolló solamente el FOMECA, sí fue el cuerpo más fuerte del laburo porque era lo que el sector quería, que era la guita, pero nosotros generamos en paralelo una agenda de formación, de encuentros, que tenía que ver con darle cuerpo y forma y promover la organización del sector. Laburamos mucho sobre el problema de la informalidad, porque por el marco legal y el marco político en el que se habían constituído esas organizaciones no tenían papeles, no tenían experiencia de gestión la gran mayoría, no tenían experiencia en diálogo e interacción con el Estado, entonces eso era un problema a la hora de aplicar el FOMECA. Porque vos tenías que darle plata pero una persona cualquier que viene y dice que es dueña de un medio no alcanza para los parámetros de la administración pública. Entonces nosotros tratamos de generar toda una agenda vinculada a la profesionalización de la gestión, en palabras mías porque es un término polémico que el sector no hubiera utilizado nunca, pero era ayudar a que tuvieran sus propios equipos de abogados, contadores, de gestión para que puedan estar a la altura de los parámetros administrativos que exige el Estado. Nada de eso fue posible. Un poco para mí el balance crítico es que pusimos la bocha muy arriba. Pudimos generar un mecanismo a partir del cual distribuir esos recursos pero los tiempos no dieron para avanzar en esa parte que tenía que ver con ordenar, fomentar redes que funcionan de manera más autónoma. Un poco lo vimos en el post Ley; salvo aquellos actores institucionales y organizativos que ya existían, medio que no quedó nada. Y eso que nosotros laburamos mucho en el armado de algunas redes, pero cuando se acabó el apoyo del Estado

se acabaron los espacios. Entonces si se quiere, para mí, nosotros pensamos una política más integral que por las características del sector se pudo aprovechar una parte pero otra hubiéramos necesitados dos, cuatro años más...

N – Decís entonces que previo a 2013 no había nada ¿por qué creés no había nada antes? Obviamente el AFSCA pasó por procesos de cambio de gestión antes de eso, pro ¿hay alguna hipótesis?

F – Por un lado había un problema de orden legal, porque la Ley no estaba plenamente vigente con todo el debate sobre la constitucionalidad, que entonces dejaba todo medio en un parate y después hubo problemas de carácter político. Mariotto que fue quien sancionó la Ley no se dedicó plenamente a gestionar el organismo. Y de hecho el organismo nunca estuvo plenamente bajo su control. Y cuando se va Mariotto se configura el directorio del AFSCA con Aragón a la cabeza, que era un delegado de Mariotto originalmente, con poco poder, y rápidamente le ponen a otro tipo de otro sector del oficialismo, empiezan a compartir firmas, y nosotros lo que vimos cuando llegamos era una guerra intestina dentro del organismo. Entonces eso no era una política de Estado. Creo que ahí la virtud de Cristina fue, cuando lo designa a Sabbatella Presidente del AFSCA, darle el gobierno del organismo, decirle “tomá y hacé, te empodero; hablo con todos los que están abajo en el organismo y les digo que tienen que hablar con vos, te doy los recursos que hacen falta...” porque esa situación de desgobierno que había en el organismo también implicaba que no había pata, definición política, en el diálogo con la Rosada no se podían tomar definiciones porque todo entraba por tres o cuatro lugares... entonces un organismo que además de la disputa entre sectores que lo gestionaron, también históricamente había estado colonizado por el sector privado comercial, y no hubo ninguno de los que estuvieron ahí antes que Martín al que le hubieran dado el poder necesario para desmantelar todo eso. Martín fue el primer Presidente del AFSCA en serio, entonces nosotros entramos con un poder para llevar adelante una política que era real, había una reunión de Gabinete los jueves, se sentaba y discutían los seis tipos que reportaban a una misma conducción política, y salían de ahí con decisiones tomadas.

Yo me acuerdo de un montón de discusiones, que si el FOMECA se le podía dar o no a las teles, con qué permisos, con que autorizaciones, si productoras comunitarias sí o no... todo eso iba y se discutía en una mesa, en un lugar, donde se decidía. Salías y la decisión estaba tomada. Entonces el organismo operativizaba esa decisión, que tenía componentes administrativos, legales, políticos, presupuestarios. No era una decisión de cinco tipos que hacían política, era un decisión de un organismo, que tenía un Gabinete.

Para mí fue mi primera experiencia de gestión en un organismo público y siempre estuve sorprendido por ejemplo de que un día Martín dijo “va a haber 3 millones de pesos para FOMECA”, y los hubo; después otro día dijo “va a haber 20 millones” y los hubo; y después 40, y los hubo; 89 y los hubo. Cada vez que dijeron va a pasar pasó, porque era una decisión

de una organismo. Me parece que eso, entre otras cuestiones, marca un corte con las gestiones anteriores. Y después una definición de laburar sobre el sector comunitario, que lo que hace es que haya toda una reestructuración del organismo. Martín entra y arma una estructura nueva, la DPE no existía, era una oficina con dos personas. Martín la convierte en Dirección, le da rango, nosotros entramos siendo tres y tres años después éramos más de 20 personas trabajando ahí. Me parece que esas son algunas de las cuestiones que hicieron que esto fuera posible en ese momento y no antes.

N – ¿Y a qué se le podría atribuir que recién la tercera conducción del AFSCA fue a la que se empoderó para avanzar en los objetivos de la Ley?

F – Supongo que tiene más que ver con los tiempos de la política, centralidades que tienen las distintas agendas en distintos momentos. No lo inscribiría en algo propio de la política de comunicación del Gobierno ni del organismo, sino en una lógica más general de redefinición de prioridades de una gestión que venía desde el 2003. Yo lo inscribo ahí, en un momento en el mapa de problemas de una presidenta que toma decisiones vuelve a aparecer la carpeta del AFSCA, se toma una decisión y entonces pasa. Esa es por lo menos mi caracterización, el momento en el que hay espacio-tiempo para tomar esa decisión. Si querés el 7D puede poner un punto, Martín asumió en octubre del 2012 y el 7D era una fecha límite, hacía una año que se habían ganado las elecciones devuelta... para mi es eso, entró en un combo más general en el que habían otros problemas de la política nacional que fueron prioritarios hasta que esto apareció de vuelta en la agenda.

N – Nosotros también venimos discutiendo eso, que la producción académica muchas veces está muy despolitizada, alejada de los problemas reales de la política y cuando analiza una política siempre puede estar mal, y creemos que está bueno matizar esa mirada con los problemas reales con los que una gestión se encuentra cuando se hace cargo de algún lugar del Estado. Y te hacíamos esa pregunta también porque, al ver lo novedoso y disruptivo de la Ley, es casi un sueño pensar que la implementación pudiera salir bien de entrada y al primer intento. Lo que queremos hacer es analizar el proceso real y concreto para después también poder recuperar la experiencia y sacar aprendizajes en términos académicos y también políticos. Complejizar las miradas.

Y la DPE, ¿cómo surge? Ya que la Ley no especifica que son los proyectos especiales, ¿cómo fue el planteo de crear la dirección y el proceso de su creación?

F - Yo no formé parte del proceso de discusión de misiones y funciones de la dirección, la dirección se crea mirando el artículo 97 inciso f, esa era nuestra misión y función en el marco de la aplicación integral de la LSCA. Y también, lo digo a conciencia, nuestra tarea era la tarea linda y sencilla en el marco de una Ley muy compleja, con lo problemático del proceso de adecuación, todas las cámaras apuntando para ahí, etc. Lo que nosotros tuvimos que hacer fue definir cuál era el sujeto beneficiario de la política que teníamos que llevar adelante, que

sacó de operacionalizar esta definición que estaba en la Ley que de hecho decía proyectos especiales de comunicación audiovisual comunitaria, mencionaba los pueblos originarios, los proyectos comunicacionales de frontera, las radios de frontera... nosotros fuimos haciendo un recorte ahí. Las radios de frontera por ejemplo, indefinido en el marco de la Ley, no estaba especificado que era una radio de frontera, con lo cual nunca laburamos eso. Y las radios de frontera efectivamente eran algo muy problemático desde lo legal, económico, político, porque y además no tienen nada de comunitarios, son proyectos económicos de alguien del pueblo. Lo que sí laburamos mucho fue la agenda de las radios de pueblos originarios que era un capitulo con mucha visibilidad en la Ley, con impacto en algunas comunidades y con mucha complejidad para laburar. Y despues proyectos especiales de comunicación audiovisual comunitaria, que ahí fue donde nosotros empezamos a definir, el primer FOMECA lo hicimos con radios; después empezamos a laburar con toda la definición de productoras audiovisuales comunitarias, que fue una búsqueda y una propuesta para salir del cerco que planteaba la legalidad de teles comunitarias, que además eran ocho en todo el país, entonces eso te da un universo super restringido. Y sí había muchísimos proyectos de comunicación audiovisual comunitaria. Ahí fuimos laburando sobre la operativización en diálogo con el sector y en diálogo con la realidad. Había que sentarse y ver un poco cuáles eran las necesidades, y eso fue el proceso de operacionalización de ese artículo.

N – Esa definición del sujeto, ¿se la fueron encontrando en la práctica? Digo por ejemplo pensando en las productoras, que al principio no aparecía como sujeto ni tampoco está definido en la Ley, pero después es tomado por la dirección.

F – Si, a ver... La radio comunitaria era una actor súper reconocido, que existía hacía 30 años, FARCO está montada sobre eso, Néstor Busso fue quién presentó la Ley... no había ninguna discusión sobre la pertinencia para laburar con una radio comunitaria y el sujeto radio. Tele comunitaria era un sujeto más complejo, ahí hay distintos enfoques. Algo que tiene que ver con los avances tecnológicos, que le daban a la producción audiovisual posibilidades que diez años antes con un paradigma más clásico de comunicación era imposible; además las productoras audiovisuales, si mirás el sector privado, se habían convertido los últimos años en un actor central, hasta incluso en la discusión política, apareció CAPIT que era la cámara de productoras independientes que discutían con las grandes productoras; y además tenían un problema en términos del sujeto real al cual vos querías convocar. Uno de nuestros problemas fue que cuando arrancamos había 0 pesos y una cantidad de actores del mundo de la comunicación con demandas, entonces en toda la primera etapa nosotros estábamos por debajo de la demanda del sector. Pero muy rápidamente lo que sucedió fue que la relación se invirtió, había más plata que la que los actores realmente existentes demandaban. Y

empezó a pasar que los FOMECAS quedaban, había menos cantidad de presentaciones que los fondos.
N- Te acordás cual?
F – No, pero no me acuerdo si la segunda o la tercera tanda que vinieron seguidas y empezó a pasar que le podías dar plata a todos; eso lo hicimos en un par de concursos. Ahí había, desde una perspectiva política, la necesidad de darle vida a un actor, que fuera también el sustento de un modelo de comunicación. Porque vos decís que bueno el 33%, pero no es que hoy en día el sector comunitario tenga la capacidad de ocupar todo ese rol en el mundo de la comunicación, entonces hay que ir y constituirse, desde la perspectiva política queríamos que surjan actores. No es que ya están y queremos darles la política, la política tiene que ser constituir actores de la comunicación comunitaria. Entonces había una perspectiva política, y después una perspectiva administrativa y legal, que tenías la plata, se la tenías que dar a alguien, y necesitas encontrar un mecanismo legal para decir “estos actores existen, tienen las características para, entonces les abro el concurso y les doy la guita”.. sino el mundo audiovisual era inabordable, porque autorizaciones precarias para teles comunitarias hubo creo que uno o dos años después. Así que un poco esa fue la perspectiva sobre la que laburamos con esa definición.
N – También, cuando salieron los concursos de la TDA se judicializaron esos concursos, quizás esto en la radio no pasaba tanto pero en la TV estaba más trabado legalmente el desarrollo del sector.

F – Sí. Porque además en términos de barreras de entrada, complejidades, la tele es mucho más complicada que la radio, una inversión infinita. En una radio con mucho menos estás al aire. Entonces ahí había una dificultad mucho mayor con el sector.
Y después la definición de productora audiovisual comunitaria la discutimos en esas reuniones de gabinete, ahí se encontró la manera legal, administrativa de darle viabilidad a esa iniciativa política que yo creo que fue una de las más novedosas. Para mí una de las iniciativas más creativa fue esa, y creo que hoy... creo que a la radio las ayudamos a tirar durante unos años, no me consta que haya radios menos dependientes del financiamiento público post FOMECA que pre FOMECA; esa fue una discusión que con los sectores más avanzados de FARCO tratamos de dar, diversificar las fuentes de financiamiento, la publicidad.
N- Para no quedar atados siempre a la coyuntura política
F- Claro, sería la radio marginal donde un par son voluntarios, militamos una radio entonces los martes de 6 a 8 hay programa, los sábados hay una playlist... cómo pasar de eso a una radio que dispute audiencia, para lo que tenés que tener programación 12-14 hs, vocación de convocar una parte de la audiencia; si vos sos dependiente sólo del financiamiento público tenés un problema. Esa discusión algunos de los sectores más lúcidos de FARCO la dieron

con nosotros, pero no llegó a hacerse carne, salvo las radios que ya existían en esa clave yo creo que no logramos generar un cambio sustancial en el sistema. Si fueron una época de vacas gordas digamos; hubo guita, hubo más programas, seguramente se equiparon; pueden aguantar una época de vacas flacas. Sí creo que hubo algunos actores de las productoras comunitarias que a mí me da la sensación que lograron darse una forma, profesionalizar la venta de algunos servicios mientras hace comunicación comunitaria.
N: Se paró mejor digamos. Y eso que comentas sobre la definición del sujeto, las productoras que tomaron esas reuniones de gabinete… ¿Eso surgió a partir de demandas del sector o surgió más de iniciativa?
F: Iniciativa nuestra… Por eso digo que para mi es una de las cosas más creativas, nadie vino a decirnos "che somos una productora dennos plata", un par vinieron a putear por que no les dabamos plata, tuvo que ver también con reconocer procesos más generales de activación audiovisual, vinculado a organizaciones, siempre planteamos eso, la comunicación audiovisual es una herramienta de distintas organizaciones de la sociedad civil, si querés. Me parece que eso fue iniciativa.
Fl: Que no estaba tan desarrollada digamos.

F: Estaba desarrollada en términos, esto que decía antes, la posibilidad de producir contenidos audiovisuales con una cámara en mano… desde aquellos videos hasta el año 2013/2014, bueno eso se desarrolló muchísimo. Lo que no había era la concepción de ese espacio como una productora audiovisual comunitaria, con una lógica de funcionamiento, con una búsqueda de sostenibilidad, con profesionalización… Por el perfil mismo de lo que es un cuadro audiovisual, y alguien que hace radio, me parece que este espacio para volver a lo anterior tiene más posibilidades de discutir la profesionalización y el sostenimiento de una cooperativa audiovisual que un equipo que hace radio. Pero si, eso creo que fue nuestra. Me parece que no le regalaría la autoridad a nadie (risas).
N: Está bueno para cruzarlo también con los datos.
F: A ver quién te dice que inventó lo de productoras audiovisuales (risas), si cruzas ese dato y lo encontras pasamelo.
N: Yo antes de pasar a otro tema, quería preguntarte… Nosotros también estuvimos tratando de rastrear alguna data sobre el universo de medios sin fines de lucro, anterior a la ley, y anterior al FOMECA incluso, como en esos dos momentos, para poder después también hacer cruces con lo que quedó, y en función de los datos. La verdad que no hay sistematizado demasiado, previo a la implementación de la Ley y del FOMECA sobre lo que era el Universo, el espectro general de los sin fines de lucro. Pero te queríamos preguntar si, a nivel experiencia, como encontraron eso, cuando de repende se tienen que hacer cargo de

potenciar al sector, con qué sector se encontraron. A nivel cuantitativo, cualitativo, tipos de medios, etc. ¿Qué había en ese momento?

F: Lo que pasa es que había poca sistematización de toda esa información, vos tenías el mundo de las radios, tenias a FARCO, que tenía cerca de 100 radios, 100 radios diversas en su conformación, en su legalidad, en su regularidad. Tenías a AMARC que tenía unas 23, veintipico, con pertenencias cruzadas con FARCO, no se si FARCO eran 100 o 120, anualmente iban sumando algunas radios. Y despues tenias la red nacional de medios alternativos que era una cosa más informal. Ya no era un agrupamiento de radios, sino de medios, entonces tenías un poco de todo. Que además también tenía superposición con los otros colectivos. En términos de radio más o menos era eso. Tenías también todo un universo de radios de pueblos originarios, que era un universo muy establecido, porque funcionaban con autorizaciones no con licencias, entonces si las tenemos listadas y sabíamos cuál era cuál, creo que cuando nosotros nos fuimos eran cerca de 40. Nosotros habíamos ido a laburar con las comunidades, hecho los papeles, se les daba la autorización para poder darle al FOMECA para poder ver si con eso a los tres comunicadores que había en la comunidad que habían sido formados por el INADI vos les podías poner un transmisor y nose que, en general tiendo a pensar que todo eso salió medio mal. No medio mal, que no logró convertirse en un actor de la comunicación. Lo haría todo de vuelta. Más tiempo, más integralidad en la política. Tenías entonces radios comunitarias ese universo, “formal”, por lo menos ordenado, y despues un mundo de radios que no estaban ahí. Infinito, teníamos el censo que era infinito pero que no refleja ninguna realidad porque también había mucha gente que había presentado los papeles por si las moscas, así que difícil dimensionar la cantidad de radios. Productoras no existían hasta que nosotros empezamos a hacer la convocatoria, y televisoras comunitarias no me acuerdo ahora, pero creo que en algún momento se fue avanzando en las autorizaciones provisorias, no me acuerdo el término exacto. Se les dió una autorización

Fl: Precarias digamos…

F: Claro, que se le dió a algunas teles más vinculadas a arbia, eran pymes, y a algunas de el sector comunitario que si no recuerdo mal eran unas ocho. Estaba PROA centro, que era la que estaba en Córdoba, estaba Urbana y Barricada, estaba en TV la de Viedma Radio Encuentro, y alguna otra cosa, no mucho más. Hay un par más que se me escapan pero es un universo muy acotado. Por eso pensar una política es difícil, para ocho actores. Siempre fue difícil desde esa perspectiva, por eso siempre fue muy fuerte eso de ampliar la base de beneficiarios desde una perspectiva de sujetos de la política.

Fl: Y datos del censo 2010… creo que es lo más difícil de encontrar de toda la tesis. Por qué, volvía a los informes de gestión que teníamos, y Brenda me pasó tambien el ultimo que habia hecho cuando ya habían intervenido el organismo, y plantea esto de que se calculaba el grado

de cobertura de la política haciendo el cruce entre los datos del censo, el universo de medios, cruzado con el universo de beneficiarios.

F: Que yo recuerde nunca hicimos eso… No, por que el censo no era real. En algún momento evaluamos si usar eso como lista de contacto para convocar a una actividad, pero nunca supusimos que el censo era la realidad. De hecho, nosotros tratamos de hacer el laburo político, y agarramos el listado y llamábamos y no te atendía nadie. Nose, entre el censo y nosotros pasaron tres años, pero una infinidad de papeles que, un chabón que alguna vez había hecho una grabación comunitaria, que la vió, se metió dijo “me pongo en la fila y tal vez pasa”. Un día me dicen “che vamos a convocar”, podríamos haberlo hecho si las limitantes administrativas hubieran sido pensadas de otra manera. Y censado y entonces el chabón que dos años antes había metido un papel, era posible beneficiario de 100, 200, 500.000 por haber metido un papel, no por haber hecho comunicación comunitaria, ese era un problema. Nosotros nunca lo hicimos, porque conocemos la debilidad del censo, y además el otro problema era que reconocer, si el Estado reconoce, si una parte del organismo reconoce a un censado como beneficiario del artículo 97, por qué no lo va a reconocer como beneficiario de los concursos. Entonces, no reconocer a los censados era tributario de nos genera un quilombo mayúsculo en términos de la administración del espectro, si los 100 que estaban censados en Bs As podían recibir FOMECA, entonces podian presentarse a concurso, podrán tener licencia, podían ir a pelear a la justicia que el Estado les reconoció su derecho a la comunicación porque les daba plata, pero después venía PROSEGUR o Clarín… bardo. Entonces, cosas que nosotros no hacíamos…

Fl: En función también de, el sujeto nosotros lo definimos como el sujeto social comunitario en la comunicación, y no tanto como sin fines de lucro. La diferencia, tiene que ver con, que quizás hay otros actores, quizás no necesariamente tienen fin de lucro, pero que no necesariamente se encuadran… Pienso en las radios evangelistas… ¿Ahí hubo alguna tensión con todos esos sujetos que quisieron ingresar a la política, o no?

F: No… La definición de comunitario es una definición que no está… no está taxativamente hecha en la Ley, está mencionado pero no hay una definición de si se quiere, legal o administrativa de qué es un medio comunitario. Por que yo creo que la definición de lo comunitario es una definición más política, más social, nuestro recorte era legal. Tenes una asociación civil, o una cooperativa, va. Si no tenés, no va. Persona física, no camina. Por que cómo haces para evaluar si un medio es comunitario? Entonces nunca nos metimos con ese quilombo, en algún momento de los concursos de radio, aparecía la inserción en la sociedad, que los convenios, la participación de la sociedad en el medio, todas esos elementos que te podrían dar alguna pauta de lo comunitario, para un concurso que tenía mucho más cuali en su evaluación. Nosotros no podíamos poner como requisito de entrada la definición de lo comunitario, por que nos iba a generar un problema mayúsculo.

Fl: ¿Cómo fue el vínculo con el sector? ¿Qué rol cumplio el sector en ese momento?
F: lo primero que hicimos fue sentarnos con el sector. Nos sentamos, discutimos, hicimos una propuesta, la corrigieron, la volvimos a discutir. Hubo mucho vínculo. Desde nuestra perspectiva eso era parte central y nodal de la manera en la que entendíamos la gestión de la dirección: así como la Ley se había elaborado con la participación de la sociedad civil, nosotros entendíamos que la Ley tenía que aplicarse con la participación de la sociedad civil. Eso nunca tuvo una expresión legal, nunca se creó un consejo, o un "algo" más allá del Consejo Federal que si existia, que tenia alguna intervención sobre el FOMECA pero por que designaba jurados, entonces era un organismo tambien colegiado, complejo, tenía un rol completamente subsidiario, no podías entregarles al consejo la definición de la política para el sector comunitario, se lo hubieses entregado a otros actores, pero nunca avanzamos en el armado de alguna instancia más institucional, con los medios comunitarios, si era una cosa de mucha cotidianeidad en el diálogo, un planteo nuestro que iba más en clave la co-gestión de una política que en la decisión unidireccional. Lo cierto es que el sector fue quedando por detrás de los tiempos de la gestión. Y si discutís, que también pasó mucho, había un hiato muy grande entre lo que vos podías discutir con, la conducción de FARCO, y lo que después sucedió cuando ibas a Córdoba, o a Mendoza, a Jujuy y te encontras la comunicación comunitaria de esas provincias. Me acuerdo en el primer encuentro que hicimos en Córdoba, uno de los encuentros Nacionales de Comunicación que los empalmamos con el INCAA, nosotros discutimos mucho con FARCO, para armar un taller de discusión con algún aspecto que tuviese que ver con la política para el sector comunitario, y vamos a discutir el problema del trabajo en la comunicación comunitaria, por que los tipos tenían el quilombo que aquellos que eran integrantes de las asociaciones civiles no podían cobrar sueldos de la asociación por que eran integrantes, entonces dijimos vamos a discutir eso. Cuando vamos a discutir eso en Córdoba, con radios del interior, chupaba un huevo. Es un problema que tenía FM Bajo Flores, Radio Encuentro y alguna otra. Por qué? por que eran radios que tenían 20 años, que administraban guita, que tenían algunos cuadros rentados profesionalizados. Así que en algún momento, confiamos en la racionalidad del Estado, como bueno, vamos. Y fuimos abriendo, convocando, siempre en diálogo, pero sabiendo que era más un problema que una solución para los tipos, tener que estar en una reunión discutiendo cómo… resolvelo vos, te decían. Vos sos el que sabe la resolución, los plazos, ocupate. Así fue. Ojalá el sector hubiera sido más potente.
N: Está buena esa mirada por que, como para complejizar…
F: Probablemente no sea la mirada del sector… Los troskos y el sector más duro estaban "estos hijos de puta nunca hicieron nada", FARCO tendría una cosa más cuidada, dependiendo con quien hables, pero probablemente no… salvo algunos tipos muy específicos, probablemente no tengan esta lectura.

N: pero esta bueno como para complejizarla. Porque es una manera de entender cómo el Estado frente a la debilidad de un sector, se embarca en decir “bueno, vamos a intentar de desarrollarlo”. Hay voluntad política, hay recursos, osea por que también en la discusión de en qué medida se fomenta o no el pluralismo, de alguna manera estamos asumiendo que fomentar el pluralismo, es en algún universo dado y existente, de multiplicidad y diversidad social, que tiene expresiones de comunicación, el Estado tiene que ir tomar eso y fomentarlo. Ahora, ¿Qué pasa con todo eso tan disperso? me parece una pregunta interesante, que me surge ahora pensándolo en vivo y en directo. ¿Cómo fomenta el Estado al pluralismo en un escenario en el cual el sector que definimos como el cual hay que fomentar, está tan disperso…?

F: Yo creo que la Ley llegó en un momento complejo, por que… me parece que el paradigma de la comunicación comunitaria que se constituyó a partir del laburo de las radios comunitarias pre-existe a la Ley, las radios comunitarias fueron un sujeto fundamental en los 80’, ahora, cuando la Ley se sanciona y se empieza a implementar, ese actor que son las radios comunitarias está en crisis, no por “lo comunitario”, si no por las radios. Las radios comunitarias de alguna manera entendidas como una institución física que transmite en el aire había dejado… alguno me va a matar (risas) pero me parece que ya no expresaban un, si se quiere un lugar de resistencia en términos de la comunicación. La comunicación en los últimos años viro a otros mecanismos: las redes sociales, toda la comunicación por internet, la producción audiovisual, las productoras. Entonces lo que vos tenías era un protagonismo en términos políticos de un actor, cuyo incidencia en la realidad era decreciente y tendiente a cero. La Tribu hoy no disputa audiencia en la Ciudad de Buenos Aires, disputa política, de la política comunitaria, es un actor social. Pero no le disputa ni un pedacito de audiencia ni a Radio con Vos, ni a Radio Mitre. Que alguien me corrija si me equivoco. Tal vez me confundo, Radio Gráfica, un valuarte de la comunicación en CABA, re combativa, para mi son más un actor político-social que de la comunicación. Entonces, y sin radicalizar ese argumento, sin decir que no existen, incluso con las radios comunitarias como actor existente me parece que la Ley pensó a la comunicación comunitaria con las radios como paradigma cuando ese sujeto social iba a perder poder progresivamente y no había un sujeto que lo reemplazara. En parte ese era nuestro planteo con las productoras comunitarias. Por que si el poder de la comunicación comunitaria nosotros vamos a tratar de conferirles a las radios comunitarias estamos al horno, esto no va a llegar muy lejos, por que la radio misma está en crisis. Ahí tenías un problemón.

Fl: Llegar lejos en términos de la disputa por el sentido?

F: En todas las disputas, en la disputa por la implementación de la Ley, por un apolítica publica. Me parece que ahí había un problema de encastre entre una Ley y el actor social que debía representarla. Y sí creo que había un mundo de proyectos de comunicación en las

universidades, en las organizaciones, había una diversidad de comunicadores pensándose desde la comunicación comunitaria pero sin un medio en un sentido más tradicional. Eso es muy difícil de nuclear, y de laburar desde la perspectiva de la Ley en donde vos necesitabas un medio como tal, con entidad legal.

N: Ahí es donde puede entrar la figura de las productoras.

F: En parte era una pequeña solución para nosotros. Y después si se quiere otra reflexión que esta es más personal… pero también pensando en la política pública, en la relación entre Estado y organizaciones, etc. Parece que nosotros tratamos de hacer ahi algun experimento, en la concepción de la relación entre el Estado y las organizaciones en la gestión de una política. Vos tenias en los 90' el Estado era neoliberal y las organizaciones descreen de la política, entonces la gracia de militar en organizaciones, o eras una ONG toda lavada, o eras una orga que construía desde lo social y el Estado era tu enemigo, el autonomismo, la crítica al Estado, a los partidos tradicionales. Me parece que el kirchnerismo tuvo una primer etapa en su gestión donde, de manera muy sana y muy potente, incorporó a parte de los movimientos sociales a la gestión pública, y tuvo una segunda parte en donde, de alguna manera, les sacó protagonismo y puso toda la racionalidad en el Estado, pensando a las organizaciones como crítica y no como parte del proceso. Me parece que nosotros tratamos de recuperar algo del protagonismo de las organizaciones, en un lugar de diálogo y encuentro.

Fl: Tiene todo que ver. Tenía una pregunta respecto a esto que decías del desarrollo del sector y el sujeto en declive, la reflexión es justamente por la historia de exclusión que sufre de alguna manera el sector con un Estado que siempre lo negó, que siempre incluso le obstaculizo su desarrollo, impedirle ser legal y demás, en algún punto la política desarrollada por el Estado, tuvo en cuenta ese factor de debilidad histórica y de condiciones de ese sector, o también fue encontrándose con eso y viendo como se manejaba en la aplicación de la política. ¿Qué grado de relevancia en momento de diseñar el FOMECA, de desarrollar la política, tuvo esa debilidad estructural del sector?

F: Para nosotros era parte sustancial del problema a resolver. Para nosotros era un problema a resolver, era un "tengamos en cuenta esto", creo que nadie dudó ni duda de nuestra vocación por laburar con ese sector, lo cual para nosotros eso era un problema a tratar de resolver o de zigzaguear para encontrarle la vuelta, y por eso las búsquedas desde lo legal administrativo para el empadronamiento, por eso mil intentos de formar o asesorar a gente de las organizaciones para que resolvieran sus problemas legales, por que la mitad no se podía presentar, por que no tenía su balance, no tenía su otro. En ese sentido teníamos pragmatismo bien entendido. Sabíamos que el sector era eso y que con eso teníamos que trabajar. Y después sorteando, siempre al borde de la cornisa, porque si vos miras… y yo he discutido con la piba que asumió en mi lugar, que después en mi lugar pasó al lugar de Andrea en el ENACOM, y hemos discutido sobre la base de los informes que hicieron respecto de la

implementación del FOMECA y nos acusan de corrupción porque fuimos, contemplamos “bueno que el papel que no tenía los subsanaron un mes después, y que la rendición…” porque entendíamos que si les aplicamos la rigurosidad de la norma, en vez de diez entraban cero, por eso digo al costo de poner el propio cuerpo, Martín Sabbatella es acusado de corrupción por que laburo entendiendo las problemáticas de los medios comunitarios y flexibilizando al máximo la interpretación de las leyes, para permitir que esa decisión política que está en una Ley se hiciera realidad. Cuando nosotros llegamos al AFSCA dijimos “bueno vamos a hacer un concurso para radios comunitarias”... “ah no, eso es ilegal.” Eso fue la respuesta de la línea de la dirección de legal, no de el director que había venido con Martín, la línea del segundo para abajo, lo primero que nos dijeron fue “eso es ilegal”, tres años después ha implementado millones de pesos en fondos. Hubo ahí un laburo que llegó hasta ese lugar, después cuando cruzaste de organismo, cruzaste gestión, en verdad sos un corrupto por que el ticket está borroneado. El ticket de un pueblo originario rindiendo pesos de viático… Bueno, hasta ahí fuimos.

Fl: A nosotros nos parece super importante. Por qué justamente, yo charlaba con él cuando le contaba un poco la experiencia o por lo menos cuando yo estaba, que cuando intervinieron el organismo, nos pasamos un mes entero foliando proyectos. Por que nos dimos cuenta que había un montón de cosas que fuimos desprolijos, hasta por desconocimiento. Por que la demanda, nosotros hablabamo por mail o por teléfono, y capaz nos enteramos después. Hay cosas que se te vuelven súper complejas, si tenes que respetar todas las reglas de la administración pública y conocerlas todas además.

F: Ahi hay una negociación, entre el apuro en la implementación de la política, y el cumplimiento a rajatabla del 100% de una normativa; bueno, fuimos ahí entendiendo que había un decisión política no de Cristina, ni de Sabbatella, de la ciudadanía expresada en una Ley, en una elección, en la definición. Siempre en el Estado hay lógicas en tensión. Bueno, nosotros venimos a expresar lo que decíamos al principio; tres años de una Ley que no había sido implementada era como “bueno, corranse que vamos por todo”, devuelta, si en frente en vez de FARCO hubiera estado la Unión industrial argentina, seguramente los problemas hubieran sido otros. Hubieran venido con otra línea. Cada uno le toca lo que le toca. El ministerio de desarrollo social laburaba con minas de Argentina Trabaja, que tienen otros problemas seguramente más profundos.

N: A mi me quedaba… dos cosas. Por un lado, una igual que más o menos empezamos a charlar con el tema del desembolso que por Ley era el 10% del presupuesto del AFSCA, y que eso fue progresivamente llegando a ese porcentaje. Charlamos que en algún momento la demanda de recursos no llegaba a ser lo que había de oferta, pero si había alguna otra explicación en el por qué se tardó en llegar a ese 10%, que los primeros fueron de un 3%, de un 2%.

F: Es básicamente, de experiencia. Una dirección que no existía, a una dirección que si, de dos personas después había cuatro, había que hacer un recorrido. Había que entrenar el músculo de la presentación del FOMECA, ni nosotros hubiéramos podido implementar el día uno. Ni nosotros ni el sector. No había manera. Entonces ahí digo yo que putie que tres palos, ahí valoro la experiencia de quienes estuvieron a cargo del organismo, y nosotros al costo que ya comentaba, de expedientes que no estuvieran del todo foliados, logramos implementar el de 3, el de 20 y el de 50. Y el sector fue presentándose. Una línea que te quedó medio vacía, entonces convocaste de otra manera, parece que era imposible pasar.

Cuando nos juntamos con el FARCO, nos decían que debíamos 3 años de la ley, ponganlos arriba de la mesa. No había manera, ni que el AFSCA los pusiera, ni que concursara. Si querés una transferencia directa a equis persona, se podía haber hecho. Eso hubiera estado mal, y bien presos hubiéramos ido. Pero si vos lo que necesitabas era un mecanismo, con concurso, con intervención del consejo federal, el ciclo del FOMECA daba desde que vos lo pensabas, hasta que lo aprobabas, hasta que recibias, como un año y pico. Es un organismo colegiado, con directorio, que tambien tenia que ver con la perspectiva de la comunicación plural que vos habías reflejado en la Ley, eso estaba reflejado en un diseño institucional, que era un organismo, con un consejo federal, con concursos. Nosotros no éramos desarrollo social que agarramos y elegimos a cinco por provincias, defino y entrego. Que me parece bien, no tengo ningún cuestionamiento, de hecho ojalá hubiera trabajado en Desarrollo Social. Pero parte de la perspectiva de la comunicación plural era esa, y si te fijas entre los ganadores, había muchas organizaciones que eran muy críticas del gobierno, de la Ley, de la gestión. Por que era un concurso, y por que ganaban todos, y por qué entonces ganaban los que te querían, los que te odiaban. Me fui yendo, pero me parece que estaba esa progresión en la implementación de una política. Si querés pensarlo desde el diseño institucional y burocrático había que constituir un equipo, una lógica institucional para implementar eso, en el Estado y en las Organizaciones.

Perdón, argumento difícil de hacerle entender a las organizaciones. Esas fueron nuestras tensiones, con los compañeros en una clave, con las orgas críticas en otras, te tomaban el organismo, yo perdí un par de amigos en el camino. Mi pasado autonomista.

N: Te quería preguntar, justamente, algo relacionado a esto. Que más allá de las dificultades en cuanto a la implementación, más allá de las explícitas con el sector, ¿Qué otras dificultades encontradas en pos de la implementación?

F: Creo que las características del organismo, y su carácter colegiado eran un embole porque las temporalidades siempre eran un problema, por que la reunión de directorio iba venía, no depende de nosotros, entonces había toda una lógica ahí burocrática administrativa atada al funcionamiento del directorio que era un garrón para nosotros, por que el directorio se reúne o no según una agenda que no era la del FOMECA, y cuando se reunía siempre era de

urgencia, y era con otras prioridades, entonces siempre teníamos quilombo. Pero no, después la verdad que más allá de eso, siempre hubo mucho apoyo de todas las áreas del organismo, y particularmente Martin “si esto tiene que pasar, tiene que pasar”. Nunca tuvimos tensión con otros organismos porque… había tensiones, pero una política que no existía, no es que estaba en otro lugar y vos te la habías apropiado, entonces no disputabas con nadie, pudimos construir colaboración con el INCAA, con Desarrollo, con Universidades, había solidaridad por que no le habíamos sacado nada a nadie si no que estábamos poniendo arriba de la mesa una política y sus recursos, entonces en ese sentido no era un problema. Y no éramos la fuente de problema para los actores de poder del mundo de la comunicación: Clarín, los grupos económicos. Estaban peleando otra agenda, entonces no había oposición.

N: Si esa disputa política, que también retomando un poco lo que decias de que por ahí fue el foco principal de las políticas comunicacionales, si crees que influyó aunque sea indirectamente en esto de lo que comentabas de que el directorio se juntaba cada tantos días, y se juntaba siempre con otras prioridades

F: Sí pero más allá del problema administrativo, o burocrático, siempre hubo mucha conciencia de parte de Martin, fundamentalmente, de que este era un campo de la Ley sobre el cual se podía avanzar. Creo que todos tuvieron siempre la sensación de que la adecuación de Clarín era un hueso duro de roer. Y que era difícil pensar que vos un día podías presentarte frente a la Ciudadanía y decir “ya está, ganamos, estos son los 14 grupos en los que se dividió y está Juan Carlos, Pablito, Magneto” todos entendíamos que había que ganar varias elecciones para lograr eso, y que entonces como esa era la parte más complicada, había que implementar todo el resto de la Ley. Y que si vos te fijas, yo no me metí mucho con eso, pero todo lo que tenía que ver con derechos de publicidad, todas las otras agendas, que no eran adecuación, avanzaron. Un montón de aspectos positivos, tengo el recuerdo de muchos amigos de la última época antikirchnerista brutales, pero que decian “no, el AFSCA que le cobra a los extranjeros la publicidad a mi me re sirve” toda esa política que era super progresiva, avanzó a full. Avanzó a full. Los músicos, el registro de los temas, y actores, todo eso avanzó, pero era todo lo que no generaba grandes resistencias y que eran temas sobre los que se podían mostrar los logros de la Ley más allá del capítulo nodal que es lo que hubiera cambiado la realidad posta. No es que implementaste la AUH, estamos hablando de dos migajas. Entonces nadie puso ninguna traba a que esto sucediera.

Fl: Para ir finalizando. Hoy tenes una política que está bastante desmantelada. ¿Crees que una mayor institucionalización de la participación del sector en la gestión hubiese ayudado o no a sostenerla?

F: Te diria por un lado, en términos legales: este gobierno no tuvo prurito en ir desarmando la parte de la Ley que necesitaba desarmar, lo cual eso no hubiese sido un resguardo. Y en términos reales, políticos, el sector se manifestó cuando se tuvo que manifestar y cuando se

pudo manifestar por lo que más le pega que es los recursos, no la posibilidad de discutir para qué va el FOMECA, si no por la existencia misma de la política. Entonces no creo que esto hubiera resuelto nada, de vuelta, hubiéramos necesitado cuatro años más me parece.
Fl: Bueno, y algún balance en general de lo que fue la política en sí, un poco habías adelantado. Si dejo estructura o no en términos de sostenibilidad, para vos cuál es tu diagnóstico.
F: La política continúa con lo cual, entre la Ley y la implementación de la política, parece que dejamos algo armado, me siento un pequeñísimo pedacito de todo eso, lo suficientemente armado para que hoy exista una política de fomento a los medios comunitarios con otras características, seguramente ustedes las analizaron o lo harán, pero sigue existiendo el FOMECA, si nosotros no lo hubiéramos implementado entonces no existiría. En ese sentido me parece que hay un balance positivo.
Después de vuelta, yo no tengo claro qué impacto real dejó sobre el sector. Me consta que Barricada TV existe, me consta que los tres canales existían antes que el FOMECA, entiendo que hay algunas productoras comunitarias que no se pensaban como tales y que ahora sí, y que también tienen alguna existencia, tengo menos diagnosticado el mundo de las radios pero para mi entra en esta clave que es bueno, hay un modelo de organización de la comunicación que hay que repensar. Igual no tengo claro si logramos dejar una marca en términos de la sostenibilidad del sector. No lo tengo claro. Habria que preguntarselo más a los actores que a nosotros que fuimos, entramos y salimos en esa agenda. Habría que conversar con quienes estaban antes y continuaron después haciendo comunicación comunitaria desde esa perspectiva qué sucedió.
N: Por ahi esto, de sí podrías decir que el Estado fomentó al pluralismo y a la diversidad, que los vínculos con la falta de un plan técnico, y si eso fue un impedimento, a la hora de específicamente pensar en el fomento a la diversidad, o no.

F: Qué te puedo decir. Pasa que el plan técnico era una variable dependiente de la adecuación, uno no podía armar un plan técnico mientras tenía a Radio Mitre ocupando un pedazo descomunal del espectro, entonces me parece que el problema ahí está en otro lugar. La condición de posibilidad del pluralismo no era más medios comunitarios, era medios hegemónicos menos poderosos. Entonces te diría, me parece tramposa la pregunta, no por que me quieras hacer una trampa si no por que me parece que no va por ahí. Seguro que hicimos un aporte, y que hay comunicadores que tuvieron una época que pudieron laburar con apoyo al Estado, todo bien, pero la pluralidad parece que se jugaba en otro lado, entonces podríamos haber ejecutado el doble de FOMECA e igual si vos no adecuadas, no había manera. Y te diría otra cosa más, que lo hemos discutido con los medios comunitarios, el problema del plan técnico en las zonas saturadas, en las Capitales y eso, fue un problema

grande por que te obligaba a pensar otro esquema de medios comunitarios, osea la Ciudad de Buenos Aires si vos tuvieras hoy que darle una porción del espectro a los medios comunitarios, tal como lo plantea la Ley, seguramente tendrías que cerrar infinitos medios comunitarios. Por que está repleta de grupos que hacen comunicación que no van a tener todos lugar en el espectro. Entonces eso también hubiera generado… seguramente radio mitre debería haber bajado la potencia, pero hay 70 medios comunitarios, tendría que haber dejado 15/20. Y eso era un debate, tenias un quilombo con el sector hegemónico y un quilombo con el sector comunitario, entonces era inviable, además de que no tenias la capacidad técnica, si creo que habia ahi un problema de orden político, entonces me parece que el problema de la pluralidad de voces era mucho más integral que el FOMECA, era algo que hubiera fomentado la pluralidad de voces en serio en un marco de implementación de la Ley más profundo. Que obviamente era la vocación, no nos quitó la vocación, digo que la política se lleva puesta las mejores intenciones a veces.

Me parece que el problema ahí, y de vuelta, tampoco soy un experto en el tema, la Ley era analógica, hoy la discusión no es por el espectro, hoy si queremos discutir diversidad regulemos internet, no el aire. Me parece que va más por ahí. Los grandes conglomerados de la comunicación ya no son los dueños de la licencia, son los tipos que tienen capacidad de instalar contenido en múltiples plataformas y me parece que es eso, que lo que se viene ahora es una disputa que está más en clave de lo digital y de las redes, y de la materialidad sobre la que funcionan las redes que sobre el espectro eléctrico. Entonces en ese sentido sí creo que la Ley, no lo dije yo, la Ley nació vieja. El modelo de comunicación que estaba mutando, y que todavía no tiene claridad de paradigma hacia el cual va, pero me parece que si quisiéramos discutir lo de la pluralidad de voces, no se si es el plan técnico lo que lo va a resolver. Tampoco sé exactamente cómo, ni qué. Pero si que va por ese lado.

Fl: Está bueno eso, por que hay algo que nos pasó mucho, y que nosotros tenemos algunas hipótesis, algunas miradas y que la realidad es que la teoría producida sobre esto, tiene la mirada muy puesta sobre el rol que cumplió el Estado, si el Estado incluyo o no incluyo, una mirada capaz más liberal si se quiere, y hay algunas cosas más que empiezan, que plantean que no hay una teoría sobre el rol que cumplen las empresas, que hacen y deshacen un poco a su gusto, y es el Estado ahí arreglandoles los mandados, pero que el rol central la tienen las empresas. Y me parece que ahi tambien es interesante, por que es lo que vos decís del desarrollo de internet, tienen que ver con dónde las empresas ponen el ojo para sus ganancias, sus beneficios económicos, y que tiene como correlato la concentración de la palabra. Que por supuesto son actores políticos, pero no se si su necesidad central tiene que ver con monopolizar la palabra para manipular las conciencias, seguramente sea un factor, pero el desarrollo del sistema de medios, tiene mucho más que ver con la lógica comercial y empresarial, que decididamente ir en contra de la pluralidad de voces.

F: Hay que ver, por que me parece que cada escenario, eso cobra características propias, seguramente si discutimos el rol de los medios en EEUU, es uno; y si discutimos el rol de Clarín en la Argentina es otro, porque me parece que Clarín se piensa a sí mismo como un actor económico cuyo poder en gran medida es derivado de su capacidad política, que es su capacidad de comunicación, entonces me parece que los tipos no piensan su audiencia solamente en términos del valor que tiene cada uno de esos consumidores, si no en términos del peso político que los tipos tienen cuando dicen "che, Clarín tuvo 500.000.000 de clicks, único en el mes pasado", bueno, vos decís, la realidad de la Argentina pasa por ahí, te guste no te guste, y entonces se dan vuelta y negocian sus intereses económicos, y le dicen al chabon "dame la Ley". La Ley la escribió un abogado que fue y se la dio al funcionario y le dijo "presentala" "bueno, dale". Por qué, ¿Porque tienen mucha plata? No solamente. Pero después la capacidad de sentarse con el señor que en la casa rosada es por que su plata les vale audiencia, que les vale poder político.

N: Siempre a todos los procesos políticos los condicionaron en los primeros años. Fuertemente. Y les sacaron al Turco, a De La Rúa lo terminan casi que empujando. A Néstor le hicieron firmar barbaridades. Avanzan por que saben que es el momento de condicionar a los gobiernos en negociación con legitimidad por concesiones en cuanto a mis intereses.

F: Es así, yo me acuerdo que me decían, "final-principio de gobierno, mira el boletín oficial, siempre hay alguno que es para ellos". Es así.

Entrevista Brenda Daney - 13 de julio de 2018

Nicolás: Genial. Ayer estuvimos charlando con Francisco de la realidad de la implementación y los problemas que hubo porque nosotros veníamos de entrevistas a gente más vinculada al sector. Al encarar nuestro trabajo desde la perspectiva del Estado, fundamentalmente, desde la implementación y el espíritu del diseño de la política pública. Estuvo muy buena la entrevista para poder matizar. Además, cuando lees bibliografía es toda la mirada, desde lo teórico y lo ideal; le dan palos al Estado y dicen "acá no se hizo esto", "esto se debería hacer así", "el verdadero".

Brenda: No, pero no podes medir cuantitativamente solamente al FOMECA. Si lo medís en números siempre te da mal, siempre te da para abajo.

Es reductiva, me parece a mí. Yo porque estoy del otro lado, ¿no? Estoy del lado del Estado y sé lo que significa y cómo llevarlo. Es la famosa convergencia entre el Estado y el sin fin de lucro, donde cada uno tiene que ceder un poco. No es que el sin fin de lucro, así como esta, puede participar, concursar, ganar y ejecutar. Tiene que tener capacidad de adaptación a las reglas que impone el Estado. Son sujetos de derechos y obligaciones, no solamente de

derechos. A veces quedan muy parados en ese lugar - que está bien - pero tienen que cumplir con ciertas obligaciones. Si no, es imposible formar parte de la articulación con el Estado.
Flavia: Tal cual. Algo que también charlamos es que veníamos reflexionando mucho en torno a cómo teorizar también sobre las cuestiones políticas porque, en general, esas lecturas están muy excluidas de las lecturas académicas.
Brenda: Están haciendo una tesina sobre la política pública. Si no son capaces de argumentar o hacer alguna reflexión política sobre eso sería un garrón porque es muy vacía de contenido, me parece a mí. Tenés solo la estructura de la política, que es genial, pero no el color que la llena día a día la coyuntura y cómo influye esta sobre la política pública porque es crucial y eso es político, también. No tiene sentido analizarla solo desde ese lugar.
Nicolás: Bueno, y por otro lado, ¿Qué capacidad había realmente de, cuán preparado estaba el Estado para esto? Si ni siquiera había una conciencia de lo que implicaba, por ejemplo, el sector del 33% ¿Cuán preparado estaba el Estado para que de repente decir “bueno, hay que bajarle toda esta guita al 33%”? Apuntando a que para adelante, podamos tener variables y cuestiones a resolver más claras por si el día de mañana entramos en una oleada de vuelta en el cual este tipo de preocupaciones puedan traducirse en políticas públicas, tener un aprendizaje de lo que paso; que es lógico que es la primera vez se sancionaba una ley de estas características en Argentina, en la que el Estado de repente se iba a encargar de bajarle un montón de recursos a sectores que antes no solamente no se reconocían si no que eran excluidos en todo sentido, no solamente mediático, a nivel social, y era lógico que iba a generar un montón de tensión entonces como que de alguna manera estamos tratando de recuperar esas tensiones.
Brenda: No se construye sin esas tensiones, para mí. Es imposible. Esa lógica de consenso entre todas y todos, sobre todo para construir una política pública es imposible. Me resulta una ridiculez. Como ahora, una lógica de paredes cerradas y entre cuatro personas pensando qué debería tener un FOMECA, no es así. Estamos todos en una situación ficticia teorizando sobre lo que creemos que es un medio comunitario. Me incluyo porque formo parte de reuniones donde se discuten reglamentos de FOMECA. Si bien algunas veces yo intervengo pero al principio intervenía muchísimo y después me canse de intervenir porque no tenía sentido porque no te dan pelota o les parece que estas siempre del lado de los medios comunitarios, y ahora escucho, citan gente a hablar y opinar sobre lo que debería tener un reglamento ósea ni siquiera es una cuestión de si yo sé más o el otro sabe más, si no que no comprenden ósea parten de un piso en cual la lógica de un medio comunitario no la comprendieron porque simplemente no tienen contacto en lo más mínimo con el medio comunitario. Entonces es muy difícil así, con eso pensar la política pública y bajar que debería tener y cómo debería ser. Es como muy teórico en un punto, es parecido a lo que ustedes dicen de la tesis.

Flavia: Che bueno, volviendo igual a tiempos memorables. Un poco lo que queremos reconstruir o darle más densidad al análisis de los números y en ese sentido nos parece re interesante poder charlar con vos, con Francisco, que formaron parte de la cotidianeidad de la aplicación de esa política y que la teoría bajada a la realidad, digamos. Entonces, para vos si tuvieses que explicarle a alguien el porqué del FOMECA y del rol del Estado, ¿qué podrías decir respecto?

Brenda: En realidad yo entre al AFSCA en un momento de mucha efervescencia porque venía del ingreso de Martin Sabatella, en octubre del 2012, y yo entré en junio del 2013. Era un momento de enorme efervescencia porque al calor de la ley que ya estaba aprobada y demás. Desde que entré no me olvido más de cómo me bombardearon de posibles cosas donde yo podía incorporarme, de actividades. Era como un momento de gran efervescencia de que se abrían montones de ventanas, no importa si en algunas por ahí no prosperaba en otra sí. Pero se abrían muchas posibilidades de hacer distintas cosas en torno de lo que significaba la ley. Por ejemplo, cuando yo entré se estaban armando talleres de capacitación para hacer talleres radiales y audiovisuales en la cárcel porque se estaba pensando en la posibilidad de un convenio con el servicio penitenciario. Por decirte una que al final no prosperó. Cambió el director, en ese momento era Victor Ortel y después no, bueno cambio el director. Había una gran efervescencia y en el marco de eso yo entraba. Era la primera vez que trabajaba en el Estado y al mes que entré o quizás menos no me olvido más que un día Francisco D'alessio me agarró y me dijo "mira este es el primer borrador de un proyecto que se llama FOMECA, quiero que te empapes de esto lo más que puedas porque esto lo vamos a sacar para adelante y esto es un proyecto que está en la ley". Era algo muy importante y yo no sabía que era todavía, ósea era la primera vez que escuchaba la palabra FOMECA. En ese marco me empiezo a interiorizar de lo que significaba y todavía ni siquiera tenía conciencia de a qué sector estaba dirigido. En eso, en mi caso particular, hubo muy poca teoría y mucha práctica. Al contrario de una persona que hoy se empapa del FOMECA puede aprender. Fue al revés, empezar a hacer las cosas para luego enterarnos de por qué las hacíamos. Sí, un poco de esa lógica creo que acompañó mucho a la gestión que fue una gestión altamente expeditiva en ese sentido de que íbamos a hacer las cosas. Después en el medio también si podíamos nos capacitábamos o nos capacitábamos cuando ya sabíamos hacer las cosas. Era una permanente puesta en acción, puesta en práctica de lo que era la política. En ese momento aparece el jugador principal para mí, además de Francisco, que es Adrián, que es el diseñador, es el padre del FOMECA. En el momento empecé con todo lo que era la parte del concurso y de cómo se bajaba la primera línea que se abrió un mes después de que yo entre, pero ni siquiera había, por ahí, leído el reglamento. El reglamento ya existía. En la teoría por ahí ni siquiera nosotros - los que ya estábamos gestionando - estábamos tan empapados porque estábamos en la diaria de ya estar laburando con el proyecto, con la gente que

llamaba, con empezar a armar esa política. Después sí, obviamente no es que no lo leí. Si me acuerdo de ese primer momento donde me dio ese borrador y me empezó a hablar de la importancia que tenía esto y de que esto había que sacarlo para adelante, que esto era una flecha, tenía que salir. Y en ese marco, tenía que ver con una política de financiamiento obviamente pero fundamentalmente de fortalecimiento del sector sin fin de lucro, fundamentalmente lo que refiere a equipamiento, que fue lo primero que se pensó para estos actores que habían sido muy relegados, era poner guita para comprar o renovar sus equipos, hacer reformas edilicias en las radios que muchas veces no tenían nada o algo muy hecho mierda; arrancar. Y así fue la primera línea. Ese fue el inicio. En ese sentido, creo que ahí, empecé a entender cuál era el rol del Estado, en esa práctica concreta donde estábamos todos los días atendiendo a gente y de repente me di cuenta de que el Estado es trabajar para la gente, no es solamente un trabajo administrativo donde vos tenés una planilla con números y nada más estas siguiendo y viendo quien cumplió y quién no. Ahí es cuando le empezas a dar color a esos números, cuando te das cuenta que estás trabajando con la gente, no solo trabajas para la gente. Fue un inicio muy auspicioso.

Flavia: Y en esto que decías que quizás al principio no sabías muy bien cómo era el sector y demás, ¿con qué te fuiste encontrando en la práctica?

Brenda: En la práctica me fui encontrando con mucha organización. En principio, y por supuesto, yo no sabía lo que era ni la red nacional de medios alternativos. Prácticamente creo que debo haber aprendido eso un año después. Lo supe pero no puedo decirte cuándo lo supe porque era tal el trajín de la práctica que por ahí dabas por sentado un montón de cosas o de conocimientos que en realidad los ibas aprendiendo sobre la marcha. En ese sentido fue de un alto nivel de practicidad en cuanto a aplicación. Había un reglamento y ya está, íbamos para adelante. En ese sentido, lo que me encontré fue con organizaciones muy organizadas que venían gestionando hace un montón de tiempo. En general, algunas radios tenían hasta por lo menos 25 o 30 años, como en el caso de FM tránsito o radio encuentro. Gente que realmente estaba organizada y que en ese sentido estaba lista para esto. Les pedías ciertos requisitos administrativos y lo tenían todo. Así por supuesto te encontrabas con otros que estaban a mitad de camino y que tenían que cumplir todavía algunas cosas legales como abrir una cuenta por primera vez o tener una grilla bien armada, pero muchos otros no. Había como distintos colores. Lo que si te encontrabas eran actores absolutamente consolidados del sector sin fin de lucro.

Nicolás: Y eso, ¿podrías establecer más o menos un universo de lo que era el sector? La verdad es que no hay nada sistematizado ni muchísimo antes previo a la ley ni del 2009 al 2013. Como que no se hizo un laburo de sistematización de lo que era ese universo, entonces lo vamos reconstruyendo en función de los testimonios.

Brenda: Sí, tal cual. Tienen razón. Estoy pensando si alguna vez leí algo sobre los actores en particular, sobre cierta aglutinación de actores y es verdad que no. De hecho, cuando vino la intervención y con la nueva gestión tuvimos que escribir algo parecido, muy breve y muy escueto, porque era para esta gestión de quienes eran los actores, de quién era FARCO, quien era AMARC. Algo tuvimos que escribir.

Es un universo multiforme, en el sentido que hay distintos actores y distintas formas dentro de esos actores. Los más consolidados son los que nosotros llamamos emisoras. Las emisoras son todo aquel que tiene un reconocimiento pleno del Estado, es decir, es un censado o bien tiene un reconocimiento 753 del año 2006 que es un relevamiento que hizo el COMFER y que vale como una "licencia". No es una licencia pero vale como tal porque en general están en zonas de conflicto. Por eso tienen el reconocimiento y no tuvieron llamado al apertura del concurso para licencia. Además de eso, se suman al universo de emisoras, los autorizados de pueblos originarios porque el pueblo originario no aplica al Estado solicitando una licencia si no que tiene una adjudicación directa. Esa adjudicación no recuerdo el artículo de la ley ahora.

Nicolás: Entonces no son medios sin fin de lucro, o sea no entran dentro del 33%.

Brenda: Si y no, porque se los considera medios comunitarios pero propiamente no es un medio comunitario, ni tiene una lógica de medio comunitario, pero entra en la bolsa del FOMECA. No sé decirte si entra en la bolsa del 33%.

Flavia: Según la ley no.

Brenda: Según la ley no, bueno. Listo entonces.

Nicolás: De hecho, tienen la frecuencia a demanda. Presentan la solicitud y se les tiene que acordar.

Brenda: Exacto. Una autorización de pueblo originario, si vos tenés todos los papeles, se presenta un formulario y tarda un tiempo pero te la dan. No tenés que esperar la apertura de un concurso. No tenés que competir con otros. Es totalmente distinto. Entonces, los autorizados de pueblos originarios, forman parte de ese universo que nosotros llamamos emisoras porque tienen las mismas atribuciones para aplicar al FOMECA que una radio con licencia o que un radio 753. En ese sentido están dentro de la misma bolsa pero no son los mismos actores, claramente. Hay una diferencia abismal entre lo que es una radio comunitaria, que tiene 20 años de trayectoria con toda gente graduada del mundo académico, y una radio de pueblo originario, con autorización que podrá tener 20 años la comunidad pero los recursos, las posibilidades y la identidad que tienen es otra.

Nicolás: Claro.

Brenda: Entonces es multiforme el universo. Y eso es una parte porque después tenés todo el universo de las que luego fueron empadronadas, que también mayormente son radios sin licencia y sin posibilidad de acceder a concurso por estar en zona de conflicto pero que

no tienen el 753. Es decir, todas las que quedaron afuera del 753 y que luego tuvieron un tipo de reconocimiento por el proceso de empadronamiento del 2015.
Y por último, las productoras lisas y llanas. Son simplemente cualquier entidad sin fin de lucro que se inscriba como productora de contenidos ante el organismo y que quiera concursar en FOMECA, sin licencia, es simplemente una productora de contenidos. Alguien sin fin de lucro. Incluso puede ser un entidad sin fin de lucro que no produce contenido pero que detrás hay un equipo, la productora, que va a ser el FOMECA audiovisual. Eso pasaba mucho.
Nicolás: Ósea que dentro de la posibilidad de acceso al FOMECA estaban estas tres categorías: las emisoras, las productoras y las empadronadas.
Brenda: Y empiezan a jugar las empadronadas que hasta antes del padrón jugaban como productoras. Entonces, cuando no tenías el padrón, ¿qué pasaba? Tenías una radio de 20 años de trayectoria inscriptas como productora de contenidos porque no tiene la posibilidad de acceder a una licencia ni a un 753. Se inscribe como productora para concursar en el FOMECA pero no podían participar de las grandes líneas porque las líneas de productoras no eran para equipamiento ni para gestión de medios, que eran las grandes líneas, de más dinero.
La demanda empieza ser que las radios tengan algún tipo de reconocimiento porque estaban compitiendo a la par con una productora de contenidos, una simple orga sin fin de lucro que se le ocurrió hacer un FOMECA, contra una radio de 20 años que no tiene licencia pero que está inscripta como productora, es decir competían al mismo nivel. Empieza a haber una demanda de que tengan algún tipo de reconocimiento, que las diferencie y que puedan concursar en FOMECA más grandes, y así surge el empadronamiento como respuesta a la no realización del plan técnico. En realidad, la gran discusión al interior del ENACOM hoy es si son o no emisoras esas empadronadas porque hoy en día, por ejemplo, se les permite participar del FOMECA de gestión, que es un FOMECA de emisoras únicamente, ósea las productoras no participan en gestión. Y sin embargo no se las reconoce como emisoras porque en equipamiento no pudieron participar en el 2016, y en el 2017 pueden, pero solo un monto bajo y solo equipamiento para producción y no para transmisión, por ejemplo. Porque está en cuestión la categoría de la potencia que tienen las empadronadas. En fin, es una larga historia la de las empadronadas. Pero si, el universo es multiforme en ese sentido. Ahora, los más consolidados siempre son las emisoras radio licencia o 753. Esas son en general las más antiguas, con más trayectoria y con más recursos, en el más amplio de los sentidos, recursos académicos, económicos, de organización. Tienen más recursos.
Flavia: Claro.
Brenda: La radio pueblo originario puede existir hace 10 años pero al estar al interior de un territorio, al tener una audiencia diferente, al estar trabajando desde la comunicación pero de

un lugar distinto, es distinta su sostenibilidad. Es distinta. Por eso es también el último eslabón de la cadena. Es el que primero se corta. La radio del pueblo.

Flavia: Y en términos de conflictos, tensiones o cosas piolas también, no hace falta solo problemas, en el momento que te encontraste aplicando una política con ese universo de organizaciones, de sujetos y sujetas de derecho y de obligaciones, ¿cómo fue sucediendo tu propia practica como trabajadora del Estado aplicando esa política pública? ¿Y el vínculo con esas organizaciones?

Brenda: En algunos casos fue más fluido y en algunos casos fue más difícil porque es como lo que mencionaba él hace un rato. Así como había algunas que estaban listas para armar un proyecto, no solo porque ya estaban organizadas si no porque ya seguramente habían armado un proyecto para algún otro organismo que se yo, desarrollo, industria o cultura. Había otras que estaban o al principio o directamente en el llano en relación a lo que significa armar un proyecto para el Estado. Entonces mínimo de la cantidad de requisitos que tenían que cumplir, por ejemplo tener cuenta bancaria es uno de los grandes problemas hasta que tuvieran los papeles en orden, es decir que tuvieran todos los papeles que se pedían. Pero uno de los primeros problemas que surgió fue el de la cuenta porque la gente no sabía que para aplicar a un concurso del Estado tenía que tener una cuenta bancaria abierta, tan simple como eso. Entonces muchas participaban y en algunos casos se accedió a seguir adelante con los trámites porque la cuenta estaba en trámite. Finalmente, la cuenta no se abre y entonces después no se podía adjudicar el dinero. El tipo había resultado ganador pero no podía cobrar. Era tan simple como eso. Ahí te das cuenta que la lógica del Estado te excede obviamente porque no es solo el y lo que a vos te cumpla el FOMECA. El tipo tiene que ir al banco, tiene que presentar todos los papeles para abrir la cuenta, tienen que estar las autoridades actualizadas, el banco se tiene que dignar a tramitar esos papeles. Si es Banco Nación, en cualquier parte del territorio, la carpeta va a Buenos Aires porque Buenos Aires es Roma. Entonces tenés que esperar que la carpeta vaya a Buenos Aires, que la analice el Banco Nación Central y que la devuelva a Santiago del Estero, sucursal Colipili, que se yo, ah no Colipili es Salta, y que diga que se pueda abrir esa cuenta. Entonces, ahí te das cuenta que el Estado es mucho más grande que lo que vos estas intentando hacer en tu política pública en particular o en caso de líneas si no tenés, que se yo, el acta de autoridades rubricada con el libro rubricado, la última acta de autoridades o el balance contable que tiene que estar certificado por el colegio de contadores. Son cosas que son parte del Estado pero de las cuales la gente también depende para formar parte de esto y que ahí digamos, tenés ciertas limitaciones. Podes tener expectativas de que cumplan todo pero tampoco es tan simple.

Después la segunda cosa que también empieza a surgir tiene que ver con cuando ya empieza a ganar y empiezan a rendir. Es la parte donde se empieza a complejizar el FOMECA. Acá la

compañera lo sabe bien porque en una época formó parte de ese equipo. Y que tiene que ver con la lógica de lo que es una rendición y ciertos conocimientos mínimos económicos que tiene que tener alguien de la orga, por lo menos para poder elaborar una rendición frente al Estado y obviamente, es una rendición que pasa por ciertos ojos, que son ojos contables, que son ojos de una persona porteña, probablemente, que tiene Internet todo el día y que tiene AFIP a la vuelta. Entonces, cualquier cosa la resuelve en el instante y los medios no la resuelven en el instante porque en general tienen otro trabajo y la radio o el canal lo llevan a pulmón, no cobran por ese trabajo y entonces no tienen el tiempo, por ahí, o la disposición para ir a hacer el trámite a AFIP o para ver que la factura este validada o para ver que no esté vencido el CAI. Son cosas que después empiezan a fallar o por ahí, mínimo incomprensión en relación a cuáles eran los rubros básicos. Por ejemplo que era un gasto de capital y que era un gasto corriente. Ahí yo creo que uno de los mayores problemas fue que la gente no lee los reglamentos y eso es ley. Existen reglamentos siempre y son la base de todo concurso. Pero la gente no los lee, son muy largos, quizás pedagógicamente habría que repensarlos. Tienen 20 o 30 hojas, escritos en un lenguaje muy formal, revisado por alguien que es del área jurídica, y la gente de los medios comunitarios no digo que no los entienda, digo que no los lee. Muchas veces no llega el reglamento o muchas veces los tienen pero no los leen, es más fácil llamar y consultar en la dirección. Encuentran otros recursos. Ahí empieza la etapa de escribir instructivos para que la gente pudiera hacer bien las cosas. Instructivos para presentarse, instructivos para rendir, instructivos para hacer un formulario para poder abrir la cuenta, instructivos para todo. Instructivos que en realidad lo que buscaban era condensar reglas del reglamento pero de un modo más pedagógico, ósea que también está involucrada la pedagogía en lo que forma parte de una política pública. Es fundamental tanto en la parte de presentación como después, vos no le podes soltar la mano. Siempre decíamos lo mismo, estaba re bueno ganar pero después hay que ejecutar, hay que rendir, que también es difícil. Es una lógica difícil y que depende de un montón de factores, entran en juego un montón de variables al momento de llegar a ejecutar eso y de rendir donde no se puede. Es muy difícil hacer todo lo que dijiste que ibas hacer.

Nicolás: Yo me enganche con esto que estabas diciendo y te quería preguntar eso del acompañamiento post asignación para que lo describas, nos cuentes un poco porque también estaba pensando a medida que ibas como desarrollando tu respuesta decía primero “claro, el Estado por un lado abriéndose y sacando una legislación avanzada a nivel mundial reconociendo a un actor y por otro lado el mismo Estado generando estas cuestiones burocráticas que probablemente sean insalvables porque probablemente el hecho de tener una cuenta bancaria es insalvable, el hecho de tener ciertos papeles es insalvable, ¿no? Pero como, poniéndome en el lugar del estado, como resolver de alguna manera esa tensión o esa contradicción entre decir “bueno le voy a abrir el juego a sectores sociales excluidos

históricamente y hasta los voy a financiar" pero por otro lado tienen que cumplir todos estos requisitos que yo mismo los pongo por ser el Estado y que sé que van a ser una traba. Entonces, ¿cómo jugar ahí en el medio?

Brenda: Mira, pensar en capacitaciones recién se empezó hacer en 2014. En 2013, por lo menos yo no participe, no recuerdo de haber participado o escuchado -quizás me equivoque por eso lo digo así- de alguna capacitación propiamente dicha. No recuerdo en 2013. En 2013 yo no estaba preparada para capacitar a nadie, les puedo asegurar que yo estaba tratando de entender lo que estaba haciendo, como les digo porque era muy el trajín del día. En 2014 si, ya empieza a pensarse en la parte, como decís vos, de articulación entre las obligaciones y los derechos; cómo se articula eso y como lo veras en la concreta cuando armas un proyecto. Y por ejemplo, armamos capacitaciones en particular para el actor más carenciado en un punto que fueron los pueblos originarios. Entonces en 2014 viajamos a territorio, a varias provincias durante todo el primer semestre de 2014, e hicimos capacitaciones que eran simplemente ir con el formulario, con una pantalla e ir viendo hoja por hoja el formulario a ver que había que hacer y que significaba cada cosa. En el caso de los pueblos originarios realmente hay que tener capacidad de adaptación porque vos no vas a esperar que ellos te entiendan todo lo que les estas mostrando, si no que tenés que ir a velocidad mínima y yendo punto por punto a ver si se entiende lo que están diciendo, si se entiende lo que estás diciendo vos y que tienen que hacer, más allá de los requisitos legales, el formulario. Hicimos cinco capacitaciones, una en Aluminé, Neuquén, una en Chubut, cerca de Esquel, otra en Rosario, hicimos una en Salta, la de Jujuy la hicimos después e hicimos una en Chaco, en pampa del indio que es a cinco horas de Resistencia. Eso en el caso de los pueblos originarios, que se había armado una línea particular para ellos fue fundamental fue el mejor año de presentación de líneas de pueblo originario. Algo que nunca vamos a igualar, menos ahora que tenemos cuatro presentaciones. En ese momento tuvimos veinte y es un montón. Te estoy hablando de que, por lo menos, hay 80 o 83 radios de pueblo originario con autorización ósea que el universo de los que están quedando afuera es grande y son sujetos que hoy en día son de derechos y obligaciones. Es decir, tienen una autorización pero por ahí ni siquiera tienen la infraestructura mínima para la radio. Entonces, en principio se pensó en esos actores, después si hubo capacitaciones; en las que fueron en el marco del FOMECA o que yo participe, no sé si fueran tan asiduas como yo hubiese querido porque lo que había a la par porque había muchas actividades en la dirección había capacitaciones para formación de comunicadores, había distintos tipos de formaciones pero no en particular una especifica que fuera de FOMECA. Lo que si se daba era en los encuentros nacionales que hacíamos o en los ECA, encuentro de comunicación audiovisual, que había una parte destinada a FOMECA en donde se veía que se yo la presentación, que hay que hacer y demás. Pero lo que no se hizo de modo sostenido en el tiempo fue hacer todo el tiempo capacitación de FOMECA. Lo

cierto es que después de cierto tiempo los medios más fuertes ya sabían cómo presentarse al FOMECA. No voy a negar que también por ahí, en un punto por ahí era más necesario para los pueblos o para las productoras, no tanto para las emisoras porque muchas ya tienen la práctica, al día de hoy ya saben cómo hacerlo. Quizás también por eso no se hizo con esa frecuencia. Pero si, se armó varios encuentros y teníamos un sector destinado a FOMECA que después ya lo tuvimos que particionar en distintas partes el mismo sector porque era ,por ejemplo, el encuentro de Quilmes en 2015, justo antes de terminar, un auditorio llena de gente que quería presentarse al FOMECA y quería escuchar por primera vez desde cero como presentarse al FOMECA, otro auditorio donde había gente que ya había ganado y quería saber más o menos en términos de ejecución que cosas podía hacer y qué cosas no. Nos tuvimos que dividir porque era tanta gente ya y otro pequeño auditorio para los que se habían presentado y no habían ganado y querían charlar de qué cosas les había faltado por las cuales no habían ganado. Era una cosa ya, se iba diversificando los actores. Había que captar distintos públicos según la situación. Si vos estabas ahí y te iban a contar como presentarse a un FOMECA, cuando ya habías ganado tres, no tenía sentido.

Nicolás: Claro.

Brenda: Tenías que ir al otro auditorio (risas).

Nicolás: ¿Y cómo fue digamos el proceso en el cual fueron identificando estas necesidades y diseñando estas respuestas para esas necesidades?

Brenda: Al calor de la gente. Debo decir que fue así. Al calor de la gente y al calor de las redes, digamos que fue, de que farco, de que amar, que la red nacional de medios, de que barricada, lo que hoy son las redes de canales que se llama CONTA, Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas, un conjunto de canales o productores audiovisuales grandes aglutinadas pero en ese momento no era CONTA era barricada. Digamos que era la que más fortalecida estaba como canal y que caía con sus demandas, también caía pares tv, que es el canal de lujan o el canal de Mar de Ajo caía con sus cosas, el de arbia, el canal de Mar del Plata también, que en su momento no estaban conformados como red, ahora sí. En ese momento las redes si era FARCO o AMARCc, la red nacional de medios era gente que venían en general las demandas se planteaban de modo colectivo “tenemos tales dificultades” de ahí para mi es donde nace lo mejor de todo que es el FOMECA de gestión, de la misma demanda de los medios comunitarios, de decir “bueno lo que más nos cuesta y en lo que más fallamos es en la organización y en la administración. De la misma demanda de los medios comunitarios nace la necesidad de una línea para fortalecer eso. Entonces es una línea que te obliga a tener un coordinador general y que cobre un sueldo, a tener un abogado o un contador que cobre un sueldo. Si querés podes tener un administrativo interno y que cobre un sueldo y eso era empezar a pagar recursos humanos honorarios a los miembros de las organizaciones que toda la vida habían hecho ese trabajo a pulmón, por militancia o por

vocación y de repente cobraban, tenían la posibilidad real de cobrar por su trabajo. Ese fue, para mí, uno de los mejores respuestas a ese tipo de demandas, a las demandas que teníamos y si podíamos decirte que aquellos medios que participaron del FOMECA de gestión son los que hoy en día son los capaces de armar los mejores proyectos también, en virtud de eso, de cómo fueron alimentados por ese FOMECA.

Flavia: los medios que exigían ese tipo de líneas de financiamiento, ¿se condicen con los mismos que estaban más fortalecidos desde un primer momento de la aplicación del FOMECA o realmente quizás con actores más débiles al principio de la política también que fuiste viendo ese fortalecimiento en el cambio?

Brenda: Si, yo note que los que ya venían medios fortalecidos, se terminaron de fortalecer, y los que venían más débiles, mejoraron. No te puedo decir son perfectos pero si mejoraron un montón. Había, como te digo, distintas cadenas como el universo de los empadronados, que es un universo donde no te dieron la licencia pero hace un montón estas y etcétera; y hay una radio funcionando. Eso sí, esos recibieron, por un FOMECA tuvo la oportunidad de crecer un montón, totalmente. Incluso después, en 2015 se largaron dos líneas de gestión, una para todos aquellos que en 2014 no hubieran participado, o sea nuevos actores. Y otra para aquellos que habían participado en 2014 y querían continuar el proceso de gestión iniciado previamente. Incluso se pensó eso, una de nuevos actores, más chiquita, en la que participaron menos y otra donde los cuarenta y pico que habían ganado en 2014 se volvían a presentar para hacer la continuación de 2015. Porque la idea era esa: que la organización que lograron sea sostenible en el tiempo y no solo sostenible económicamente. Creo que fue ese el espíritu de FOMECA de gestión.

Nicolás: Está buenísimo porque de alguna manera muestra las preocupaciones que había desde el Estado para responder a la realidad.

Brenda: Eso fue el mejor ejemplo de respuesta, ese FOMECA.

Nicolás: No se agotó en el cuerpo de la ley, en poner en reconocimiento este sector, si no que fue todo un proceso que se fue descubriendo al calor de la realidad. Por primera vez el Estado poniéndose en ese lugar. Por primera vez ese sujeto teniendo que acudir al Estado, no en un lugar de resistencia o de oposición sino de “bueno está bien, empecemos a conversar y pongámonos de acuerdo” y bueno de ahí sí se puede construir una actitud receptiva del Estado y moviéndose en función de las necesidades del sector, me parece que eso amplifica la profundidad que tuvo la política digamos.

Brenda: Yo creo que la amplifica y además que la potencia porque así como te lo decía que a mi es el ejemplo que más me gusta, el de gestión, porque es el que más orgullo tengo. Pero en el 2015 la línea de emergencias, también se abre a demanda de los medios comunitarios que era: tuviste una emergencia climatológica, hay una línea abierta todo el año para que vos pidas un FOMECA si te cayó un rayo y te quemó el transmisor, que es lo que le siguen

pasando a algunas radios que están en territorio. Líneas de emergencias abiertas todo el año, eso también fue a demanda de los medios, y las línea de redes, una tan famosa hasta el día de hoy pero que fue pensada, también, a demanda de los medios comunitarios pero en convivencia con el Estado que era pensar “bueno, ya estamos bien organizados, mucho mejor organizados, ahora organicémonos entre los organizados y armemos redes o traduzcamos estas redes que ya existían informalmente en redes dentro de un FOMECA y hagamos actividades en conjunto en un FOMECA de redes”. Ese fue el espíritu de FOMECA de redes, era como redoblar la apuesta de la organización, ese fue el intento. Estaba buenísimo, después en la práctica, en términos administrativos, era muy difícil bajar eso, eso si debo admitir, porque o bien la red como tal tenia personas jurídicas o bien la red no tenía persona jurídica pero entonces firmaba una suerte de contrato donde se constituía como tal y aceptaba las normas del FOMECA y demás, pero era complicado que cumplieran todos los requisitos pero el espíritu estuvo, fue espectacular digamos.

Flavia: Ahí el espíritu era especialmente fomentar la organización del sector, digamos.

Brenda: Exactamente. Yo creo que en eso el FOMECA ha contribuido muchísimo. Cuando llega el momento de la intervención y sufrimos todo lo posterior que fue el congelamiento durante unos meses del FOMECA, la auditoria, ya es notable ahí los medios como se habían organizado, ahí es cuando se forma el espacio interredes. Inter redes que es una organización de redes del FOMECA que a la vez es un espacio único, se forma cuando asume el presidente Macri, ósea se forma con las redes ya organizadas para a la vez conformar otro espacio en el cual estén todas o por lo menos un representante de cada una de ellas. Y así es como empiezan a venir a reuniones con la nueva gestión, como espacio de inter redes y hace presentaciones formales como espacio de inter redes, tienen hasta un logo, todo. Y ahí, incluso se articulan radios y canales. En ese espacio de inter redes esta lo que hoy es conta, que hoy es la red de canales, con farco, con amar y la red nacional de medios, también esta arencia que es un red de revistas, red colmena que es otra red más chiquita. Entonces, ahí, es cuando lo ves que no vamos a decir “ay fue el FOMECA” pero el FOMECA colaboró un montón. No es necesario decir “ay, lo hicimos nosotros”, no es que lo hicimos nosotros pero esa política fue fundamental para que ellos sostengan esa organización. Era para eso. Estaba pensado para eso.

Flavia: Pensaba esto también cuando decías esto de la demanda de los medios, ¿no? Ayer lo charlamos un poco con Fran. Veías como un correlato entre lo que planteaban las emisoras quizás más organizadas, las redes, como los actores quizás con mayor diálogo o fluidez de vínculo con el Estado, y después cuando vos ibas al encuentro o la capacitación y hablabas con los sujetos y sujetas que después llevan adelante un montón de radios que no forman parte de farco necesariamente o no eran las grandes emisoras, por ejemplo esos actores más chiquitos, ¿te acordás algo en particular de diálogo con ellos?

Brenda: A ver, hay entre los actores chiquitos es muy diverso el universo. Tengo mil anécdotas de actores sueltos, de actores que no pertenecen a una red o que por ahí uno sabe que están parados en otro lugar. Ideológicamente por ahí les cuesta llevarse bien con la posibilidad de participar de una política de Estado, ahí era un sector más gris. Si vos hablabas con gente de FARCO sabías que por más que tengan criticas quieren ir para adelante con el FOMECA, van a querer que salga, de algún modo se va a encontrar algún tipo de acuerdo. Incluso con amar o con la red de medios, de algún modo de iba a encontrar el acuerdo. Después con organizaciones por ahí más sueltas, pasaba eso, por ahí casi desde un punto una práctica militante hasta tenías que convencerlo de que valía la pena presentarse al FOMECA. Me ha pasado más de una vez de convencer gente. Ósea de que vos le digas a la gente “bueno, tenés que presentarte pero tenés que hacer esto, esto, esto, esto y esto” y tenés los cinco dedos de las manos, y te dicen “ah no” (risas), esa era la respuesta “ah no, pero eso no sé, pero tengo que juntar, ah no, pero eso no sé cómo hacerlo” y era insistir porque al fin de cuentas esos fondos, esos espacios, lo que estaba pensado la ley era para ellos, estaba destinado para ellos pero en un punto había que “atraerlos”, diciéndoles que no era imposible solo porque hubiera que cumplir con ciertas formalidades. Habían que insistir, sí, me ha pasado seguido de tener que insistir.

Flavia: Pero qué, ¿le tenían como miedo a esas formalidades o era una cuestión ideológica o todo a la vez?

Brenda: No, yo creo que era más miedo a la formalidad, es como muy común. Lo más común en las orgas es que en general, la orga está compuesta por un colectivo de 10 o 15 personas, depende, a veces más, pero es uno el que lleva los papeles, es una persona que sabe todo lo administrativo, se encarga de toda la parte fea digamos porque los demás hacen radio, editan , filman, ¿entendés?, osea hacen producción, hacen todo lo lindo, hacen locución, edición, en cambio, el que lleva los papeles siempre es el peor trabajo del mundo. Me ha pasado de cambiar el interlocutor cincuenta veces porque, ¿Qué pasa? El Estado habla con el que lleva los papeles, si vos llamas al presidente de la orga y el presidente de la orga hace un programa de radio y sabe un par de cosas de esto, pero le pedís algo de AFIP y no sabe de lo que le estás hablando, le pedís una constancia de CBU y no tiene ni la clave para entrar al homebancking, esa clave la tiene el que lleva los papeles. Es como muy característico que la parte administrativa es la más resistida. No digo necesariamente por los medios comunitarios, en general por la gente, a nadie le gusta la parte administrativa. Entonces si vos te topabas con un medio muy nuevito, queriendo presentarse pero n sabiendo que hay que hacer y le tirabas el listado de cosas que tenía que hacer por ahí se apabullaban. Había que encontrar un modo de comunicar lo que resultara accesible, que vos resultaras accesible, que vos les dejaras los teléfonos y el email de la dirección para que llame y pregunte y se asesore de las dudas que tenga, y no que se baje al primer intento cuando escucho que tiene que

presentar siete cosas y que algunas no sabe si las tiene. Porque era más como un espectro, un fantasma que tiene la gente con los papeles, como que los asustaba eso, “ay no pero eso no se ““ay pero no sé si eso lo tengo” “ay no, ¿pero eso que es?”. Cosas que los asustaba que no saben que era, boludeces por ahí en el fondo pero era más como, si, no sé si tanto una cuestión ideológica diría yo. A mí me paso que me llame uno, le explique lo que tenía que hacer, estaba en Córdoba, y me dice “ah no, para hacer eso, cierro la radio y me dedico a hacer papeles” y yo “no, no es así, esto es un fondo que existe para ustedes, pensado para ustedes, lo que tienen que hacer es cumplir un mínimo de requisitos”. Es esto, es esta articulación entre el sujeto y el Estado. Fueron 15 emails convenciéndolo y el discutiéndome que no, que era muy complicado, que tenían que hacer todo de cero, hasta que finalmente de tanto insistir lo convencí. Peto era una cuestión, como te digo, de militancia, de creer, de estar convencida de que si tenías un mínimo de requisitos y te faltaban un par más, lo podías hacer, no es imposible, es un mínimo de adaptación que requiere la lógica del sujeto del otro lado, pero no es una cosa imposible.

Flavia: Claro.

Brenda: No sé, yo siempre lo vi así.

Flavia: y esa tención, digamos, que vos encontraste en esa práctica. Digo porque se me ocurren soluciones posibles pero a ver qué pensabas vos. Una podría ser bajarle los requisitos del Estado, lo cual me parece que implica todo un mundo de complejidades pero también podría ser, no sé qué pensas vos. O por otro lado, esto que decís, del laburo militante, pero eso quizás fue más una iniciativa propia, fue algo que el Estado tenía como impronta. No sé si se entiende la pregunta.

Brenda: Si, bah creo que sí. Ósea bajar los requisitos era difícil porque tenía que ver con lo básico de requisitos legales que toda organización frente el Estado debería tener. Si me permitís la opinión, a mí no me parecen tan complicados, pero bueno es mi opinión desde este lugar que estoy ya muy curtida del FOMECA entonces para mí no son tan complicados pero de otro lado si, algunas veces no solo tienen que ver con que sean complicados si no con que cuesten plata, que se yo, la rúbrica de los libros sale plata, la certificación bancaria sale plata, la certificación del colegio de contadores para el balance sale plata. Digamos, nada, es una cuestión a veces lisa y llanamente de dinero pero en este sentido, ¿no? De que no la tienen o que tienen que viajar a una ciudad porque están en territorio y que también sale plata viajar para hacer los trámites, tan simple como eso. Pero si, me parece que bajar el nivel de requisitos no. Lo que se hizo fue, éramos muy flexibles, es decir, los proyectos llegaban y por ahí teníamos un periodo donde permitíamos completar aquellas cosas que le faltaban, no era que cerraban y ya está. Eso se sigue haciendo al día de hoy, lo único es que se formalizo, es decir, se manda una nota y se les pide todo lo que falte. Y en eso, en general, creo que el FOMECA siempre ha sido bastante flexible. Entre esa combinación y el laburo militante de

estar ahí con la gente, estar atendiéndola a la gente todo el día, mal que mal digamos llegábamos pero después sí, con el cambio de gestión mucha gente se desesperanzo o vio mucho más complicado la burocracia de presentarse o la disposición de la gente que laburaba en el FOMECA y eso también influía en la bajada de cantidad de destinatarios y de gente que yo recuerde que dejo de presentarse, que al día de hoy no volvió a aparecer. Eso también influye, quizás en el fondo si es un poco más político también ¿Quién es el Estado y quien está arriba del mostrador? ¿No? Para mí no debería ser una diferencia ósea obviamente que una gestión de gobierno influye muchísimo sobre esa política pero para mí hay que demandarla igual, que reclamarla igual, hay que salir a pedirla igual. Es el discurso que hoy en día tengo con la gente cuando me ponen peros porque con esta gestión es más difícil y es verdad que es más difícil. Para mí hay que salir a disputarlo igual porque sigue existiendo, ya eso que es casi un milagro que siga existiendo, que sigas teniendo la posibilidad que el Estado te da plata para hacer un proyecto de comunicación. Una cosa que hoy casi mala palabra. Entonces es desde ese momento en el que sigue existiendo ese derecho hay que disputarlo, hay que salir a disputarlo y hay que dar la batalla, para mi es así. Independientemente yo lo veo así.

Nicolás: Yo te quería preguntar también con respecto a las digamos por ahí antes de saltar un poco a los cambios que se está produciendo ahora y se produjeron ahora, que es como otra línea de la entrevista, pero sobre la implementación del monto que estaba asignado por ley del FOMECA fue gradual, digamos, fue llegando hasta lo que establece la ley que el 10% de la recaudación del AFSCA. Ese gradualismo que se dio en la aplicación del presupuesto, en la asignación del presupuesto, ¿qué explicaciones tuvo?

Brenda: No la sé, esa pregunta es una que ya me han hecho antes. Yo en particular como laburante, digamos, no la sé. Seguramente hay una explicación pero no la sé. Lo que si se es que en el 2013 ejecutamos cuatro millones y medio de pesos, en el 2014 ejecutamos 45, en el 2015 ejecutamos, bah ejecutamos es una palabra media tramposa porque asignamos, asignamos si pero no llegamos a ejecutar todo, 110 y ahí nos acercamos al 10%. Lo que si se es que los medios estaban reclamando el retroactivo de los años en los que no se había ejecutado el 10% pero las razones por la que se instrumentan de modo gradual, las desconozco.

Nicolás: Y crees que, ¿Cómo podrías articular vos, que estabas en contacto con los medios, el nivel de demanda de parte de los medios? Más allá de este retroactivo ¿no? si no de las presentaciones efectivas, concretas que había con el monto efectivo que después se terminaba asignando ósea en general ¿se veía más demanda de lo que se terminaba adjudicando o no pasaba eso,o eso cambió en algún momento?

Brenda: Depende la línea, o sea depende de las líneas. Hay líneas que están muy consolidadas y ya sabíamos quien se presentaba, eran los únicos que podían presentarse por

ejemplo equipamiento para radios para emisoras y ahí más o menos teníamos un margen entre 30 y 40 actores. La partida de enero estaba pensada para esa cantidad de actores y era esos los que se presentaban. En general, quedaban muy pocos afuera pero después hay líneas, por eso digo depende la línea, como la de producción y contenidos, en donde se incluía el universo de la productoras que es un universo enorme, donde siempre quedaban afuera. Es decir, la demanda casi duplicaba lo que salía en ganadores, capaz que se yo salían 70 o 80 ganadores pero en presentación habíamos tenido 100 o 160, ósea era muchísimo más el caudal de presentaciones porque el universo estaba ampliado, ahí si estaba ampliado. Después en estas líneas, como te digo, más consolidadas como equipamiento y gestión de medios donde el actor es siempre el mismo y sabemos quién es, se presentaba ese mismo número y el número consolidado, no quedaba gente por fuera porque no alcanzara la partida.
Nicolás: Bien, y en algún momento sucedió que independientemente de las líneas hubiera más oferta o sea que la demanda, la cantidad de presentaciones, no llegara a cumplir por x motivo, capaz porque se caían presentaciones porque no tenían bien todos los papeles, los requisitos, lo que sea pero que hubiera de parte del Estado una oferta de recursos
Brenda: Si paso. De hecho, en estas como te digo, por ejemplo la de equipamiento, la 1 de 2014 fue chiquita, ganaron 19 emisoras nada más y se había pensado por lo menos que iba a haber un universo de 30, quizás más. Con lo cual, supongo que es eso lo que me estas preguntando…
Nicolás: Si
Brenda: sobro partida, digamos. Lo que se hacía cuando sobraba partida, si sobraba partida, se hacía un proceso que se llama desafectación de partidas de fondos. Se desafecta, es decir, sobraron que se yo diez millones, se desafectan y se pasan a otra línea.
Flavia: ¿Cómo?
Brenda: Y qué se yo, esto es difícil decirte por qué paso. Me acuerdo de la 1 en 2014 y tenía más expectativas en términos de quienes se iban a presentar porque la 1 en 2013 hubo alrededor de 50 o 40 presentados, no me acuerdo, y ganaron 23. Entonces, en la 1 de 2014 todo esperaban que hubiese más o menos el mismo caudal y fue mucho más chiquito. No sé decirte si fue porque todavía no habíamos laburado por ahí más territorialmente el FOMECA, no se había difundido todavía por ahí y como después se difundió en la última, en la 1 del 2015 tuvimos muchos más presentados en la misma línea. Ósea, misma línea que en 2014, en 2015 tuvimos el doble de presentados. Entonces es como que esas diferencias no sé si tenían que ver con cuestiones de organización del sector o, que se yo, poco fomento nuestro todavía porque era muy nuevito el FOMECA, digamos, pero si fue bajo.
Nicolás: Y en la 1 del 2015 que se generaron muchas más presentaciones ahí ¿se pudieron abarcar esas presentaciones con lo que estaba presupuestado?

Brenda: si, ahí sí. En general ahí si mal no recuerdo, digamos, ganaban en general todos los que estaban bien, quedaban afuera algunos pero se cumplía con la totalidad de esa partida. Si en esos casos sí. En las 2015 en general las expectativas que tenían la partida asignada para cada línea y lo que se asignó posteriormente en general se cumplieron. Alguna que otra puede haber quedado ahí, que sobraba un poco pero en general se cumplió. En 2015 si fue más masivo.

Nicolás: Se te ocurre algún otro ejemplo o alguna otra línea en particular o algún año en el cual haya pasado esto de que quedaba mucho afuera, digamos, de que la oferta de partida por parte del Estado no terminaba de cubrir la demanda de las expectativas del sector

Brenda: Al revés, digamos, no como ahora

Nicolás: Claro

Brenda: Al revés, como que haya demasiados demandante? No, eso siempre paso en las líneas de producción de contenidos y pasó históricamente es como que siempre, sobre todo en producción audiovisual, porque hay mucha productora audiovisual. Es como que siempre era como muy tentadora la línea y se presentaban muchísimos y no alcanzaba la partida para lo que se había asignado para producción audiovisual. Eso era como casi un permanente, sabíamos que era línea masiva. Cuando cerraba esa línea estábamos todos preparados para estar ahí porque es día llovía gente, sonaba el teléfono sin parar, era como una línea muy masiva pero en las demás no llego a pasar eso, en general no paso eso.

Flavia: Pero las productoras, digamos, todas esas, 200 que se presentaban, digamos, ¿eran productoras consolidadas?

Brenda: Y difícil decirte, difícil decirte. Yo creo que en general si pero siempre también ha aparecido el actor que es la asociación civil fulanito que en realidad no produce contenido y que detrás hay gente que dijo “vamos a hacer el microprograma este, vamos” entonces hay un grupito que no es de la asociación civil y que es la productora en realidad y que es la que iba a realizar el proyecto a cuenta de esa persona jurídica que necesita para presentarse al FOMECA. Entonces la persona jurídica va, se inscribe como productora de contenidos ante el AFSCA, hace todos los papeles, llena todas las cosas y en realidad el proyecto es de un tercero que era como el más difícil de llegar porque era informal, es decir, era un grupo, un equipo de producción que no tiene persona jurídica.

Flavia: Un grupo de estudiantes.

Brenda: si, se sabía que existían. Lo que no teníamos era manera de llegar, lo más que podíamos llegar era través de una entidad sin fin de lucro.

Nicolás: Claro.

Brenda: Pero era como el actor más difícil para nosotros que estábamos completamente conscientes de que existía pero no podíamos llegar. Nos pasa hasta el día de hoy, capaz queremos contactar alguna orga del 2015 que ganó pero no cobro, que se yo,

y claro, llamas y la organización civil te dice “no tengo nada que ver con esto” porque la productora se fue, se borró, se diluyo, lo que sea digamos. Y era esa la que iba hacer el proyecto porque la organización civil no produce contenidos, entonces aunque vos le deposites hoy no lo puede llevar adelante porque requiere conocimientos técnicos para hacerlo, entonces, hay como un actor que quedo allá al fondo y al cual se colaboró porque hubo muchas organizaciones que se constituyeron nuevas en 2014, 2015, nuevas organizaciones civiles, nuevas cooperativas, los hubo y hubo bastantes, fue mucho fomento a eso. Por ejemplo desde la red de productoras audiovisuales comunitarias, la rad pac, muchas orgas son relativamente nuevitas ósea del 2014, 2015 o por ahí. No son medios con trayectoria, son orgas que se fueron armando al calor del FOMECA y también porque existía el FOMECA, porque era la manera de poder participar, digamos, de formar parte de la lógica del Estado. Entonces eso quedo ahí, medio como en veremos.

Flavia: Antes de entrar al post 2015, dos preguntitas quería hacerte. Una es, ¿Qué balance haces vos de los primeros tres años de aplicación con una gestión? Si te parece que, nada, ¿Qué evaluación haces vos de haberla vivido desde adentro y habiéndote relacionado con las organizaciones y al mismo tiempo si crees que efectivamente el fomeca sirvió para fortalecer esos actores, si hoy son actores? No te digo que capaz le van a pelear a Clarín pero digamos ¿Son actores consolidados que se sostienen a través del tiempo quizás no dependiendo del financiamiento del Estado?

Brenda: Hay una discusión sobre el sí dependen, no depende, que actualmente lamentablemente se plantea permanentemente porque “deberíamos mantener a los medios comunitarios”, yo no estoy de acuerdo con esa idea por supuesto, considero que el FOMECA es un derecho así como la educación es un derecho, el FOMECA es un derecho, digamos, no se medirá del mismo modo pero para mí sigue siendo un derecho digamos, tenemos que financiar a los medios comunitarios porque es un derecho ósea es así. Ahora el balance que te puedo hacer de los primeros tres años es que primero y en principal soy la primera convencida de que el fomeca existe y que vale la pena, de que existe en el sentido de que tuve la oportunidad de visitar muchos medios comunitarios y de ver el FOMECA “ao vivo”, “in the flesh”. Quiero decir, ver el equipo que compraron, ver la sala que acustizaron, ver el transmisor, ver la antena, ósea ver. Eso no te lo quita nadie, no importa cuántas gestiones de Macri vengan, yo voy a seguir creyendo en el fomeca digamos, eso es así. Ósea soy la primera convencida de que el fomeca existe y de que vale la pena, también. Incluso en este contexto tan difícil de afrontar para las organizaciones ósea es como que en eso, un fanática religiosa (risas). No hay mucha discusión para mí ahí, existe y vale la pena. Después sí creo, como balance de los tres años, que creo que una de las batallas que tuvimos tuvo que ver con lo administrativo pero no tanto porque fuéramos desprolijos si no porque no sabíamos que eso nos iba a jugar en contra cuando cambiara la gestión de gobierno. Desprolijas son todas las

gestiones en algún lugar siempre, te lo digo yo que estoy en el Estado con Macri y que estuve en el Estado con Cristina. No existe esto de perfectas, transparentes y las cosas que anuncia la página del Ministerio de Modernización. Pero si creo que en ese momento no teníamos conciencia de qué importancia tenía ese procedimiento administrativo, tan mal visto por ahí por los que gestionamos una política pública que en general consideramos que traban, que generan mucha burocracia, que hacen que las cosas tarden y demás, y de cómo eso nos iba a jugar en contra después, cuando nos miraran con lupa y vieran papel por papel lo que habíamos hecho, lo que no habíamos hecho e incluso lo que no está en ningún papel pero sabemos que hicimos porque también está esa cuestión. Hay un montón de cosas que si bien no figuran en un expediente formal de fomeca, todos los que laburamos en fomeca, sabemos que los hicimos y no están. Entonces hoy, lamentablemente, es muy material la mirada y se consideran que no se hacían, ¿entendés? Entonces en eso, pienso que sí que si yo lo pudiera volver a vivir obviamente que trabajaría o reforzaría o pensaría con mis compañeros que tenemos que reforzar eso pero después, nada, en cuanto al fomeca en particular, estoy orgullosa de lo que hicimos, de las líneas que abrimos, de los lugares a los que fuimos, en ese sentido no me puedo quejar. Si lo que creo es que era un proceso que todavía estaba muy, o sea, era naciente, es decir, le faltaba mucho más tiempo para estar más consolidado. Se quebró en el sentido del cambio de gestión, quebró donde se quebró pero para mí todavía le faltaba mucha más maduración al sector y a nosotros para volverlo aún más fuerte, aún más consolidado y aún con más incluso con un bagaje teórico de lo que se puede armar sobre el fomeca, o sea pienso que en ese sentido nos faltó tiempo, sueno medio melancólica ahora (risas) pero sí, yo considero que eso fue directamente un congelamiento en la mitad de un proceso, quizás menos de la mitad de un proceso que estaba buenísimo y que hubiera crecido mucha más, el que bueno, fue en el momento que fue y se dio en el modo en el que se dio, fue muy brusco, muy difícil pero que en eso nos faltaba mucho desarrollo en los que estábamos ahí y a los medios también, en eso creo que nos quedamos un poco a la mitad y haciendo lo que podemos ahora con lo que han construido de nosotros digamos.

Flavia: Y dos cosas, pensando en lo que dijiste, pero dijiste dos cosas que me parecieron importantes, una esto de “lo que no está materializado pero que sabemos que hicimos”, ¿Qué cosas podrías ejemplificar?

Brenda: Te doy un ejemplo, cuando auditan el fomeca ¿Qué hace la auditoria? Hay muchas formas de hacer auditoria. Yo considero que la auditoria que se hizo sobre el fomeca es 100% administrativa pero no es la única manera de auditar algo, vos tenés muchas maneras de auditar algo. Otra manera de hacerlo hubiese sido ir a los medios comunitarios y ver las cosas que se habían hecho con el fomeca, eso no se hizo, no se hace, punto. Entonces que la auditoria haya sido 100% administrativa fue un balazo en el corazón del fomeca porque donde había grandes fallas era en lo administrativo. Te doy un ejemplo, todas las evaluaciones de

los proyectos que nosotros hacíamos, que yo hice, que vos puedas haber hecho, que otros compañeros podrían haber hecho estaban cargadas en planillas Excel y todo, no figuraban en el expediente del fomeca, ergo no se hicieron, eso es lo que dice la gestión hoy ¿Cómo lo defendés vos que sobreviviste esa gestión, que sabes que se hizo y estas ahí? Nada, lamentablemente aprendes a no figurar y a no defender cuando todos están parándose en el lugar opuesto y simplemente a no decir más nada porque ya se llegó a la conclusión de que no se hizo. ¿Qué vas a hacer? Ya está.

Flavia: Claro, como que una planilla de Excel no es nada de parte de ellos.

Brenda: No mientras no figure en un expediente. Fíjate que mecánico. No mientras no figure en un expediente. Hay cientos de evaluaciones, todos los proyectos fueron evaluados pero no están en el expediente entonces no se hicieron, entonces estaban adjudicados a dedo y no, todos sabemos que no.

Nicolás: Claro.

Brenda: Pero ¿que leen hoy? Lo que leen hoy son los papeles, por eso creo que en papeles fue una bofeteada para nosotros porque en papeles encontraron la herramienta para decir que hicimos las cosas mal.

Nicolás: Claro.

Brenda: ¿Entendés? Ya no importa. ¿Cuál es el titular de hoy? Hicimos las cosas mal; en los papeles no hay ninguna evaluación del fomeca. Entonces no se hicieron, ¿entendés? Te tiro un gran ejemplo de que emergió de esa auditoría. Insisto, yo soy crítica respecto de esa auditoría porque no se puede auditar una política pública solamente en el aspecto administrativo. Yo lo considero desde mis conocimientos, limitados de persona trabajadora de parte del Estado, que me parece que es limitada la auditoría en términos de que solo se miró, pero quizás yo me estoy equivocando y me estoy dando cuenta que lo que esta gestión buscaba era solo eso, era buscar el procedimiento administrativo y ver qué falló. Y sí, claro que iba a encontrar fallas, pero no se fue digamos, si yo no hubiese ido a auditar a los medios al calor de lo que son los medios quizás hubiera sacado otros informes quizás por ahí hubiesen sido los mismo informes por ahí no. Yo creo que no, que hubiese sido otros pero eso nos jugó absolutamente en contra porque todo es así de terrible y material como les digo, todo lo que no está en un expediente no se hizo.

Flavia: Claro.

Brenda: Es tan simple y tan terrible como eso. Entonces todos los que estuvimos ahí sabemos todo lo que se hizo, pero ahora ya no sirve de nada y tampoco conviene decirlo porque ya es como “ah, vos estas del lado de”. Entonces no se hizo y así se empieza a generar ese sentido común, ¿no? De que fue la gestión anterior, de que cosas hizo mal, del desastre que era todo, ese es un sentido común que se genera. Ahí está la construcción de sentido común. En ese titular que vos sacas después de leer los informes. Yo leí los informes de la auditoria, yo sé

cuáles son las fallas y también sé que soy es insuficiente para sacar esa conclusión pero yo no tuve que estar ahí para entenderlo. Si yo soy una persona que trabaja en el Estado y que me entero después y leo el informe de auditoría digo “ay, qué desastre lo que hicieron”

Nicolás: Si, como grandificarlas.

Brenda: Totalmente, ponerlas en contexto además porque la realidad es que los tiempos administrativos del fomeca en la época del afsca eran muy veloces, a veces excesivamente veloces pero las cosas salían, hoy las cosas no salen, esa es la enorme diferencia. Hoy se respetan todos los procedimientos e incluso se inventas procedimientos administrativos pero las cosas nunca salen entonces no es que digo que es un extremo y el otro pero juega en el medio de eso. O respetas completamente todo porque no te soportas la idea de un carpetazo entonces las cosas nunca salen y bueno, si hubiese sido un extremo, que yo considero que no fue, porque si respetábamos los procedimientos, solo que algunos no los teníamos pulidos, algunos por desconocimientos, otros por falta de práctica otro porque había que empujar para que salieran y si esperábamos tardaban muchísimo más en salir.

Flavia: Claro.

Brenda: Eso, lamentablemente es así. Es una débil tensión entre voluntad política y respeto por el procedimiento administrativo, eso muy difícil de consolidar. Si hay voluntad política, algún procedimiento se puede acelerar o simplificar o se puede obviar, y no significa que sea corrupta la política ni que se haya hecho todo mal. Eso es lo que no hay que hacer, no hay que generalizar. Hay errores como hay en cualquier gestión, errores administrativos. Lo que pasa es que eso fue una herramienta de gran peso para reformular lo que fue el fomeca después de la intervención, de gran peso.

Flavia: Ahora me surgió otra pero, ¿puede ser que me la puedas contestar después? cuando también charlemos sobre las modificaciones actuales, de esto que decís, como modificaron todo el fomeca en función de excusas quizás y como están pensando esta política pero la pregunta también era si vos tuvieses la oportunidad de hacerlo de vuelta o si volvemos a ganar y pudiésemos volver a planificar el fomeca…

Brenda: Me hago todo el tiempo esas preguntas (risas).

Flavia: pero que cosas, quizás por fuera de las actividades administrativas y que por supuesto la cuestión de emprolijar y demás pero ¿cómo crees que pudiera ser una política pública mucho más fuerte, interesante, integral digamos?

Brenda: no sé, ahora porque estoy rodeada de otra gente y de otro contexto y siempre imagine que si la gestión de gobierno fuera otra, lo primeros que tendríamos que hacer todos los que trabajáramos en fomeca tomarnos un par de meses para ir a conocer los medios comunitarios, es lo primero. Ya sé que es una cosa medio idealista la mía pero no podemos estar todos simplemente, porque ni siquiera estudie comunicación yo , pero hay compañeros de comunicación porque estudiamos comunicación en la facultad o en mi caso estudie el fomeca

o lo que sea, no podemos tomarnos las atribuciones que nos tomamos para elaborar esas líneas sin participación de las redes y pensar que es lo que habría que hacer sin tener conocimiento de lo que es la lógica, de lo que es estar en territorio, de lo que es que el equipo se congele, te caiga un rayo, te inunde, no tengas luz, tengas paneles solares. Me parece que nos falta como laburantes del Estado, nos vendría muy bien, ir al territorio, tan simple como eso, para elaborar esa política pública y para ser mejores en ese sentido.

Flavia: ¿Crees que falto eso también en 2013-2015?

Brenda: Yo creo que eso faltó y no faltó. Es decir, faltó en el sentido que ninguno de nosotros había ido a ningún territorio de los que laburábamos en el fomeca pero se complementó con el trabajo de las redes en la mesa, se complementó con FARCO, conAMARC, con la red de medios o con un representante de los pueblos originarios como era el chico del (x), Matías Melillán hablando de las necesidades del sector, alguien que tomara la voz y representara esas necesidades por más que no fuéramos a territorio. Hoy imagino otras cosas como esto, que todos fuéramos a territorio porque

Nicolás: Sería una profundización de la acción.

Brenda: Exacto, sí. Porque ahora nos hacen participar a todos en los reglamentos, antes no era así, antes se elaboraban entre muy pocas personas los reglamentos. Ahora sí, todos los que participamos en fomeca participamos en los reglamentos. Eso es bueno y malo. Porque tenés espacio para decir cosas pero después también otros dicen otras cosas que a vos te parecen que no, que no son muy…

Flavia: La apariencia democrática.

Brenda: si, digamos, ponele. Imagino cosas y otras cosas que pienso es como haríamos en otra gestión de gobierno para sacarnos de encima la carga de procedimientos administrativos que tenemos ahora, me abruma eso, ósea de verdad me abruman; yo pienso “bueno, si sobrevivo a todo esto, a esta gestión de gobierno, y sobrevivo en el Estado y sobrevivo con otra gestión de gobierno y tuviera que formar parte de esa mesa, como formo parte hoy” es como que diría ¿cómo hacemos para volver atrás del nivel de burocratización que hoy tiene el fomeca? no sé, es como otra gran duda que me surge, como vamos a hacer para al revés, no empezar a construir procedimientos si no para volver atrás de tanto procedimiento porque está el paso del paso del paso ósea es una cosa de locos, es agotadora.

Flavia: Pero, ¿siempre lo viste así o sobre todo ahora?

Brenda: Claro, eso digo a partir de los cambios que afectan al fomeca ahora y de la cantidad de procedimientos que se suman, antes teníamos un procedimiento que más o menos ya conocía y sabia cuanto tiempo tardaba, ahora no sabes cuánto duran las cosas, no sabes cuándo termina tu trabajo con el expediente del fomeca, es una cosa infinita.

Nicolás: ¿Cómo podrías esquematizar los cambios que llevaron a esto?

Brenda: Bueno, a ver, tengo un punteo de los cambios porque no quería olvidármelos. Los cambios empiezan a implementar a partir de los 10 o 9 meses de la auditoria y de la elaboración de líneas nuevas entre agosto y noviembre del 2016 que es cuando salen las primeras líneas de la actual gestión. Lo que se hizo en realidad fue casi un *copy and paste* en el sentido de que se utilizaron todos los reglamentos viejos y se tomó toda la base de ahí, no se creó nada nuevo. Pero después en la práctica como analistas, trabajadora del Estado, nos sumaron millones de procedimientos nuevos dentro del trámite del fomeca, de cosas que nosotros como trabajadores del Estado teníamos que hacer entonces, cuando elaboraron, primero elaboraron, nosotros en 2015 elaboramos 17 líneas, había líneas muy diversas, en 2016 se abrieron cinco, es decir se redujo pero en realidad de 17 a cinco líneas, a las cinco más básicas que se podían plantear que eran equipamiento para canal, gestión de medios, producción radial y producción audiovisual; cinco líneas.

Nicolás: Y eso ¿en qué época del año fue más o menos? ¿Eso fue después de las auditorias?

Brenda: si, terminan las auditorias y dos o tres meses después de abren las líneas.

Nicolás: Ósea que casi que cuenta como 2017, como fin de año.

Brenda: Claro, sí. Cuenta como 2017 porque el concurso, para que se den una idea, las líneas se abren en noviembre del 2016 y cierran en diciembre del 2016 y recién anunciamos ganadores en octubre y noviembre del 2017.

Flavia/Brenda: Un año

Brenda: Para que se den cuenta del nivel de lo que es el procedimiento hoy, un año de procedimientos. Un año ósea una cosa infinita

Nicolás: Ósea que en dos años hubo ganadores por cinco líneas

Brenda: Por ahora, en los dos años y medio de esta gestión hubo ganadores solamente de la línea del 2016. Después, como sacaron cinco líneas, eliminaron las distinciones entre destinatarios. Entonces, en equipamiento de radio compite la radio de pueblo originario con la radio emisora de un medio comunitario, o sea, eliminaron las líneas específicas, en producción de contenidos compite la productora con el canal, ahora compiten todos juntos. Después, algunos intentos que tuvo esta gestión de mejorar y flexibilizar el fomeca fue reducir la contraparte que es el aporte propio que la organización tiene que hacer en el fomeca.

Nicolás: Que era el 15%.

Brenda: Históricamente fue el 15% y esta gestión se carga como una obra de bien, lamentablemente lo tengo que decir así, que redujo la contra parte al 10% y en caso de los pueblos originarios al 5%. Que está buenísimo y que es una demanda que existía, no tanto de los medios comunitarios, si de los pueblos originarios que les costaba mucho afrontar una contra parte del 15%. Existía, pero era una demanda que yo les puedo asegurar que esta gestión no conocía ósea la conocíamos los que trabajábamos en el AFSCA, que les gustaría que redujeran la contra parte. Esa al mando no llego, a ellos se les ocurre reducir la

contraparte como para dar un beneplácito a las orgas y bueno, fundamentalmente, al aumento de procesos como les digo, administrativos al interior de lo que es nuestro análisis, que tarda por lo menos un año para sacar ganadores y por lo menos un mes o dos más hasta que cobren porque no es que simplemente anuncias un ganador, después tenés que hacer otros procedimientos más para llegar al administrativo y que el agente llegue a cobrar. Y después, bueno, obviamente si bien tomaron los reglamentos base que teníamos nosotros, empezaron a poner algunas restricciones en las líneas muy particulares y muy teñidas de ciertas sospechas en relación a lo que significaban esas líneas. La principal fue la prohibición de que facturen los miembros de organización en el fomeca de gestión, esa no está en los reglamentos de 2016 pero era la práctica se empieza a implementar ósea se empieza a prohibir y después en el 2017 esta explícitamente en el artículo 16 del reglamento particular de gestión. Dice que excepto el coordinador general todos los demás no pueden ser miembros de la organización, es decir tienen que salir a contratar un tercero que no sea un miembro de la organización para poder llevar adelante un fomeca de gestión. Una gestión que es interna, es el fortalecimiento interno de la organización, ósea que al alma del fomeca de gestión la cortaron a la mitad.

Nicolás: ¿Y eso como los justifican?

Brenda: no lo justifican.

Nicolás: Ósea solamente es una disposición y ya

Brenda: Es una disposición. Es un artículo del reglamento. No hay justificación.

Nicolás: Porque no tiene justificación.

Brenda: Cuando vos hablas con el abogado, que son los que laburan estas cosas, porque nosotros nos juntamos a discutir el reglamento pero luego lo revisa un abogado y es dios, hace lo que quiere, agrega por ejemplo este artículo, así nos pasó. No hay justificación.

Nicolás: ni siquiera poder decir bueno una profesionalización donde

Brenda: mínima justificación que te puedo dar es que algunas, solo la asociación civil, en algunos estatutos no permite la facturación de los miembros que forman parte de la comisión directiva que es una parte de la asociación civil porque es un cargo honorario, entonces no permite facturación pero para funciones dentro de la asociación civil, no para un subsidio por fuera.

Nicolás: Claro.

Brenda: ni siquiera. Ese fue uno de los que se agarraron más o menos. Después en las cooperativas es absolutamente discutible porque las cooperativas, la esencia es prestar su fuerza de trabajo a la cooperativa, entonces ahí bueno, flexibilizaron y les permitieron que los miembros factures pero es una lucha permanente entre los que ellos consideran, más allá de si era en el reglamento, y lo que los medios demandan por otro lado, desde otro lugar en donde sabe que cualquier objeción que hagan es en detrimento de su propia continuidad en

el fomeca porque no cobran más. Entonces es muy difícil también la posición de los medios a acceder a estos requisitos que hoy en día les impone el organismo porque está el doble juego de seguir recibiendo el fomeca que les corresponde o plantarse y decir que algo no lo van a hacer porque justifican su desacuerdo y lo justifican argumentadamente pero queda en un limbo, queda trabado porque de ningún lado hay voluntad de avanzar.

Flavia: Claro.

Brenda: Es muy difícil. Después bueno ya más acercándonos a la actualidad es la incorporación de la plataforma digital que bueno, para mí, genera un cambio de paradigma porque pasa todo el fomeca en su materialidad y en su papel, pasa a ser digital y hoy en día la única manera de presentarse a una línea de fomeca es a través de una plataforma digital y eso con una sola capacitación a medios comunitarios ligada en diciembre del año pasado cuando todavía estábamos realizando la plataforma es muy difícil porque estábamos desarrollando la plataforma, es decir, había cosas que iban a cambiar y que todavía ahí no las estábamos diciendo porque ni la sabíamos. Segundo, una sola capacitación en todo el año solo para aquellos medios que pudieran venir ese día a esa hora a Capital Federal, que es Roma, a escuchar eso porque digo la diferencia, ahí si me gustaría marcar una diferencia con la época del AFSCA que es que los encuentros nacionales se financiaban pasajes de distintos miembros de las organizaciones de las provincias y venían a la capital, si bien el encuentro era en capital, se financiaban los pasajes desde el Estado para que vinieran si no ¿cómo haces? Bueno, no, ahora no, por supuesto, olvidate. Se hacía, se hace y se hizo una capacitación con los que estuvieron en capital, con los que pudieron ese día y con los que no trabajaron y pudieron venir a las 10am hasta las 3pm a escuchar una capacitación que además iba a ser incompleta, en ese momento no sabíamos pero después ya si porque desde noviembre que fue esa capacitación hasta la actualidad, la plataforma tuvo modificaciones y esas modificaciones impactan en como los usuarios le dan uso y en la compresión de cómo es eso. Entonces eso es muy difícil, es un cambio de paradigma enorme. Y el otro cambio de paradigma enorme es dividir el fomeca en dos partes: una es el registro de la organización y otro es armar la línea, entonces la gente se confunde y piensa que si armo el registro ya se presentó a la línea y si armo la línea, ya está y no entiende que tiene que hacer un registro.

Nicolás: Ósea que ahora, te registras como sujeto que va a solicitar un fomeca por un lado y por otro lado lo solicitas en una línea concreta

Brenda: Exacto.

Nicolás: Antes era un mismo procedimiento.

Brenda: Exacto. Antes era el mismo procedimiento. Ver el perfil de la orga y la línea. Lo único que contribuye la plataforma digital es en que vos no tengas que presentar más tus papeles en la delegación o en la puerta del organismo pero antes eran los papeles, ahora tenés que tener todo escaneado, tenés que tener internet, tenés que tener una compu para poder subir

eso y que no se te caiga la sesión. Entonces, estamos hablando de una supuesta mejora. Cuando no tenés garantizada la conectividad en los territorios, el escaneo para transformar todo eso en un pdf y además de eso que la plataforma no falle porque la realidad es que la plataforma falla, la plataforma depende de AFIP y AFIP es una de las páginas con más uso en el país en horario de oficina. Entonces, vos pretendes que llenen un formulario de 12 carillas con una sesión que se cae a los 15 minutos. Es muy complicado.

Nicolás: Si, en la lógica esta que describíamos, incluso hablando de cuando se empezó a implementar la ley y el fomeca del Estado, abriendo y abriendo, pero sin por ahí contemplar las particularidades del sujeto, al fomentar esto es el Estado cerrando y encima supuestamente como generando mejores condiciones pero sin tener la mínima idea de cuáles son las realidades del sector a fomentar lo cual termina complicando aún más la vida porque...

Brenda: Es que directamente lo que impacto fue que muchos no llegaron a presentarse o decidieron no presentarse porque termina impactando de ese modo. Ya ni siquiera es salir a convencerlos, ya sabes que no. Igual las líneas las cerramos relativamente bien en presentaciones ahora pero todavía falta todo el proceso burocrático que les cuento y que estamos un año haciéndolo.

Nicolás: Entonces, antes de que te quería preguntar bien por los números de eso, pero entonces como para esquematizar los cambios así concretos que terminaron dificultando el acceso a la política. Por un lado, los cambios de procedimientos que a partir de la implementación de lo digital la terminan complicando

Brenda: Sí.

Flavia: Los cambios de reglamentos.

Nicolás: Claro, los cambios de reglamentos en los cuales

Brenda: Algunas restricciones también. En las rendiciones empiezan a haber muchas restricciones cuando la gente rinde, que ya de por si era algo difícil, ahora empiezan a surgir nuevas restricciones, que se yo, la gente no puede rendir gastos de catering y producción, por ejemplo. Es sabido que toda producción radial o todo rodaje tienen catering, es sentido común. Bueno no, no se puede rendir en gasto de fomeca solo se puede rendir en contra parte, por ejemplo.

Nicolás: Y bueno también lo de la reducción de la cantidad de líneas.

Brenda: Si, claro, por supuesto. No solo reducir las líneas si no que aglutinar destinatarios que son muy distintos y que entonces no tienen las mismas posibilidades para presentarse. Con lo cual, en fin, son todas políticas o decisiones que en un punto expulsan al sujeto que está del otro lado por distintas fallas, tanto las fallas dentro de la política en si como las fallas de falta de acompañamiento territorial, como la falta del Estado en ese aspecto también. Expulsan.

Nicolás: Claro.

Flavia: Todo lo que era la política de la dirección, respecto de formación, encuentros y ni hablar de las delegaciones, ¿no?

Brenda: No, a lo sumo una capacitación al año que es lo que te comentaba, se hizo una para delegaciones y una para medios comunitarios y la de medios comunitarios se hizo una única en 2017 porque se mejoró un poco con la relación de medios comunitarios porque antes no daba el clima. No daba el clima porque habían tomado las puertas del enacom varias veces, no daba el clima, estaba todo mal. Después se empieza a llegar a una mejor relación y se hace una en diciembre del año pasado que fue la primera, pero fue la única. Después, para delegaciones una por año también.. Lo que se hace ahora es, lo que me preguntaba el, de qué son los procedimientos hoy… para que te des una idea hoy el área dirección Nacional de fomento y desarrollo que es la nuestra, evalúa solo la parte formal del FOMECA, es decir si cumple con todos los papeles. Tiene estatuto, si el estatuto está bien, el acta de autoridad. Pero el análisis contable y el análisis audiovisual, es decir en términos de contenido, los hacen otras áreas, porque esa es una determinación que se toma después de las auditorias, de que el análisis del proyecto FOMECA se hacia dentro del área de proyectos especiales únicamente y que no salía a otras áreas como en pos de la transparencia entre comillas que se necesitaba. Esos análisis no existían porque en el expediente no estaban, se impone en los nuevos reglamentos que van a salir a otras áreas del organismo donde van a ser analizados. Entonces hoy en día el FOMECA una vez que yo miro que los papeles estén bien, sale a la dirección nacional de servicios audiovisuales donde miran el sujeto del fomeca, a ver si es una emisora o una productora, a ver si tienen gente, el registro, si es un pueblo originario, miran toda la parte de la producción de contenidos, en el caso de fomeca producción, que se yo, el plan de producción, el memo, el tipo de guion que mandó porque tiene que hacer una sinopsis de los capítulos, etc. etc. Y hace una evaluación sobre eso y después, el área contable que mira todo lo que es estimación presupuestaria y presupuestos, ósea todo lo que la gente elabora en términos de números, para ejecutar el FOMECA y como lo valida, tiene que tener un respaldo presupuestario. Eso es una cosa que cambio enormemente porque el FOMECA en época del AFSCA se pedía tres presupuestos de alguno de los ítems, por lo menos tres, y hoy se pide el 100% de los presupuestos de todo lo que vos pidas, ¿qué quiere decir eso? que si pedís un millón de pesos, tenés que respaldar el proyecto con un millón de pesos en presupuesto.

Nicolás: ¿Antes cuánto era?

Brenda: Tres presupuestos de cualquier cosa. Mínimo soporte, tres presupuestos de algo, de tres cosas que vayas a comprar o hacer. Para darle soporte a lo que estabas pidiendo. Hoy se pide el 100% de toda la plata. Eso, otra dificultad enorme que cambio en los reglamentos. Que cambió para el impacto, ninguna logra generar, es muy difícil, porque además de que te piden el presupuesto, quieren que tenga membrete del proveedor, que este firmado por el

proveedor, son disposiciones muy excluyentes, porque la lógica de la vida cotidiana es otra, no todo presupuesto tiene la razón social del proveedor, o a veces no tiene el membrete, no todos podemos ir a conseguir un presupuesto porque no todos vivimos cerca de una gran ciudad, algunos están en territorio, entonces no tienen manera de conseguir un presupuesto… ¡y ningún proveedor te quiere firmar un presupuesto! ¿Quién te va a firmar? porque firmar implica aceptar que esos valores se van a sostener, cuando abajo te ponen que se sostiene 10/15 días, porque la inflación en este país es sintomática, y los valores de los equipos cambian constantemente, entonces es en un punto una ficción elaborar hoy más que nunca un FOMECA con determinados presupuestos, por ejemplo, en el caso de la línea 2016, a noviembre de 2016, cuando vos resultas ganador en noviembre de 2017 esos valores son ficticios, esos presupuestos no valen, tu propia elaboración del proyecto no vale, porque ya no vas a poder hacer lo mismo. ¿Qué te pide el enacom? Que justifiques por que no vas a poder hacer lo mismo.

Nicolás: Y… ¿Esto de que ahora mismo una misma solicitud recorre varias áreas, antes se nucleaba todo en una misma?

Brenda: Dentro de la misma dirección se nucleaba el análisis audiovisual y el análisis de estimación presupuestaria, y el análisis de los papeles. Se hacía todo en la misma área, quizás lo hacían distintas personas pero en la misma área. Eso es lo que digo que hoy en los expedientes no están. Lo que pasa hoy es que hacer el primer análisis, el de los papeles, toma un tiempo. Después, hacer la nota para mandarle el memo al área de audiovisual para que analice lo que yo le mando, otro tiempo. Porque todo requiere modelos estandarizados para ver cómo tiene que ser el memo perfecto para que llegue al otra área. Ósea que hay un abogado haciendo un memo, esperando nosotros a que el memo este consolidado y entonces lo mandamos, esperamos que el área nos conteste equis cosa sobre el proyecto, en términos audiovisuales, lo mandamos al área contable, y esperamos que nos conteste equis cosa en términos contables. Después de todo eso, y perdón, eso piense que es duplicado, porque es registro FOMECA y línea. La única diferencia es que en registro no hay nada contable que analizar. Después de todo eso, vuelven las devoluciones de las dos áreas y nosotros tenemos que hacer un archivo consolidado, donde todo lo que hayamos observado en los papeles, todo lo que el área audiovisual haya observado, y lo mismo con contable, tenga para decir sobre el proyecto que hay que modificar, después de todo eso armar un consolidado inteligible, porque son planchas de Excel enormes que es para ver en pantalla de cine, lograr mandárselo a la entidad, a la organización, que entienda lo que le estas pidiendo, que subsane en el periodo que le corresponde y que lo haga online. Y después de todo eso, volver a mandar a las áreas para que analicen y te digan si está bien. Esto es una pequeña foto de lo que son los procedimientos hoy. Hay más. Al interior de todo esto, hay 50 procedimientos. Y además ahora todo eso online. Si la orga se equivocó, lo tiene que arreglar solamente online, no puede

ir a presentar nada a la delegación o en capital, para arreglar algo, solo lo puede hacer online, con lo cual depende pura y exclusivamente de la conexión a internet, de la plataforma de la afip que funcione bien, etc. Entonces claro, es un mecanismo de exclusión, tarde o temprano termina siendo. Menos si no hay acompañamiento territorial para llevar adelante ese cambio de paradigma.

Flavia: ¿Y las delegaciones están funcionando?

Brenda: Están funcionando pero en términos de… nosotros les dimos una capacitación en noviembre del año pasado, dudo que haya algunos con muchos luces, recuerden todo lo que vimos, y lo puedan aplicar. Por qué en una capacitación, vos citas a un montón de gente en un auditorio, pones una pantalla grande y le muestras en la compu como se ven las cosas, vos tratas después de hacerlo vos sólo. Es una cantidad de datos, una cantidad información y sobre todo practica que no tienen, hace ya más de un año que esta implementado el sistema de GDE, que es el sistema de documentación electrónica documental, que es básicamente que no existe más un expediente papel y que es electrónico, al calor de eso se pide a la gente que el FOMECA sea a través de la plataforma, es un pedido que viene de modernización, que es que el expediente electrónico tiene que ser implementado en todo el Estado, a los fines de volverlo más eficiente, más transparente entre comillas, que el usuario se conecte con la pc y que llegue a todo rápido. Un montón de cosas que pretende Modernización, por eso FOMECA pasa a ser digital, en el marco del GDE. Ahora, las delegaciones todavía están aprendiendo a usar el GDE, todavía no lo sabe usar bien, cuando llega alguien con un papel, la delegación lo tiene que escanear, y lo tiene que transformar en un documento de GDO, y toda no saben cómo enviarlo, siguen llamando después de un año y medio para preguntar cómo se envía, y de eso vos pretendes que sepan usar la plataforma del trámite a distancia, para ayudar al usuario a presentarse a fomeca. Lo que les estoy diciendo es chino básico, y sólo se los estoy contando, ¿se dan cuenta? Es cada vez más técnico el conocimiento del empleado estatal, que tiene que tener para poder realmente ayudar al destinatario, porque que pasa, si no te eficientizas en ese conocimiento, vos también quedas afuera del acompañamiento que puedas dar, incluso a una organización desde el teléfono. Si vos desde el teléfono no sabes no entendés lo que está viendo en la pantalla, no lo podes ayudar. Ahora no es más la duda sobre los papeles, ahora es lo que está en la pantalla. Es un cambio de paradigma enorme, los matas.

Nicolás: Y si tuvieras que definir de alguna manera ese paradigma, desde la cual se implementan estos cambios. ¿Cómo la definirías?

Brenda: Es complejo, como trabajadora estatal soy muy crítica de la gestión y de la formas de ver el mundo que tiene mucha gente de esta gestión, y del sentido común que han adoptado muchos otros que antes por ahí tenían otras ideas, que no pueden discutir mucho. Pero básicamente creo que forma parte del paradigma neoliberal donde el rendimiento de las cosas

es cuantitativo, incluso nosotros como trabajadores del estado, porque el gedo es un sistema que permite que alguien por encima tuyo vea tu rendimiento a través de tus movimientos en GEDO, es decir que yo soy, o puedo estar siendo permanentemente evaluada a partir de mis movimientos en mi trabajo entre comillas, porque mi trabajo no se reduce al gedo, todos los sabemos. ¿Cómo hablar de cuantitativo, cómo medís los 50 llamados que atendí yo cuando la gente tenía problemas para presentarse a un trámite a distancia? Ya que lo querés medir todo. ¿Cómo medís cuando yo me voy a una provincia a ayudar, y estoy dos días allá dando la capacitación? ¿Cómo medís la gente que sube al piso 8 del organismo para ver con vos in situ lo que quiere hacer? no se puede medir. Entonces, el GEDO te da una medida entre comillas del trabajo del estatal, que es lo que intentan hacer con nosotras, darle medidas y cuantificación a nuestro trabajo, y permite saber cuántos expedientes muevo yo, cuantos tramites hago, y cuantas cosas generó, cuantas cosas voy moviendo. También se traslada al usuario, porque entra a tramites a distancia, sube cosas, gestiona cosas, subsana una tarea, y hace y deshace y todo medido en términos cuantitativo. Lo que la gestión actual pide como balance del fomeca son números, quiere saber cuánto ejecuto, cuando va a ejecutar, cuanto le falta, cuanto le queda de la línea vieja, todo es cuantitativo. Es el único, digamos, valor que se toma hoy cuando la gestión actual mira el FOMECA, la mira en números, lo que se hace hoy para evaluar son gráficos, entonces no sólo el cambio de paradigma de la plataforma digital, sino del cambio del sujeto con el cual estamos lidiando en términos de gestión de gobierno, es muy difícil pensar así una política publica, y que cosas serían mejor para ese destinatario cuanto lo que te están pidiendo del otro lado es rendimiento numérico.

Nicolás: Si sostenemos el análisis ese que las diferencias entre el estado, y las concepciones del sector al momento de las políticas eran fundamentalmente cualitativas, por ejemplo esto de pensar en un sector y no en la multiplicidad de ese sector. El sector pensando en el Estado solamente como un expendedor de recursos, y no como un exigente, alguien que exige obligaciones, si esa diferencias eran cualitativas justamente, y se empezaron a subsanar de alguna manera, si todo eso hoy se traduce en una lógica cuantitativa, sin entender que se estaba empezando un proceso de acercamiento cualitativo, es como retroceder 50 pasos digamos.

Brenda: Y ni siquiera la palabra retroceder porque nunca estuvimos en lo cuantitativo, es la primera vez que nos topamos con que el FOMECA tiene que rendir en números, y lo peor es que los números nos dan mal, eso es la paradoja más grande. Pero si no nos preguntamos, por qué los números nos dan mal en términos de nuestra propia gestión no vamos a mejorar esos números, si yo me pongo en burócrata infame y quiero pensar que el FOMECA rinda, lo primero que debería preguntarme es qué estoy haciendo yo como estado, o que dejo de hacer, o como hago las cosas para que el FOMECA rinda o no. Si no, es bueno… siempre del otro lado el usuario son unos hippies, tardan un montón, y hay que no sé qué, o no se adaptan a

la nueva plataforma, no son capaces de aprender… no son capaces de aprender pero vos no les fuiste a dar una capacitación, entonces hay como un oído sordo digamos, y hoy las demandas se diversificaron obviamente, porque hoy los medios comunitarios no sólo reclaman por supuesto por esta plataforma sino que reclaman por las deudas del 2015 y del 2014 de FOMECA, y reclaman por las líneas específicas que ya no hay más, y reclaman por una mínima ejecución anual que exista del FOMECA, porque si en 2016 abrís, y recién empezas a pagar a fin del 2017, en 2017 no abrís y abrís en 2018 pero estipulas que pagas en 2019, todo el tiempo hay un corrimiento en términos de ejecución del 10% pensado originalmente.

Nicolás: Tengo dos preguntas respecto a esto… Una es si nos podes detallar un poco cómo fue el llamado, o los llamados que hubo a licitación, o a presentación de proyectos durante estos años, como para tener una perspectiva ahí si más cuantitativa, pero la diferencia con el período anterior, lo que termino saliendo, digamos, lo que se terminó pagando, si se pagó algo o no todavía, y como se proyecta esto que decías recién.

Brenda: Lo traje en números por las dudas, porque me gusta citarlos bien. En 2013 nosotros tuvimos dos líneas, en total son 83 ganadores, y en términos de asignación de recursos son $4.700.000 aproximadamente, que era como bien saben, era la primera etapa. En 2014 ya abrimos 7 líneas, fíjense que el crecimiento ya no es ni siquiera el 100%, tenemos 424 ganadores con lo cual fíjense las diferencias, y en ejecución ya pasamos a casi $45.000.000 así que el crecimiento es exponencial. Y en 2015 que es el año a la primavera FOMECA digamos, abrimos 17 líneas, tenemos en total en ganadores 525, que si bien no es tanta diferencia entre los 424 del 2014, entre 100 ganadores más, lo que si te puedo mancar como diferencia es que las líneas del FOMECA se habían diversificado y muchas, involucraban montos importantes, con lo cual no es que iba a haber nuevos actores, eran los mismos actores participando en las mismas líneas, entonces no era tan exponencial el crecimiento de actores sino la implementación de recursos, porque ahí ya tenés $101.000.000 asignados. Entonces ahí sí encontras la diferencia, es enorme, y no tanto en actores. Ejecutaste más fondos porque diversificaste las líneas. En todas las presentaciones, fue muy movido porque además era año electoral y todos estábamos absorbidos por la situación política del país, y hasta el último día estuvimos trabajando a destajo, sobre todo porque el último mes que fue diciembre con el nuevo gobierno ya sabíamos que algo iba a pasar con nosotros y estábamos todos los días a la expectativa que eso pase hasta que finalmente pasó. Ahora después se abren 5 líneas en 2016 y ganadores tenemos alrededor de 400 más o menos, lo cual es un buen numero, ósea mantiene un poco el estándar de lo que era lo que apuntábamos con presentaciones, pero empieza a haber distintas exclusiones, incluso en torno de las mismas líneas porque por ejemplo gestión quedaron afuera 24 organizaciones y ganaron solamente 17 por razones de distinta índole pero que son en general bastante

discutibles, y entonces empieza a haber por lógica de inclusión, siendo que la partida alcanzaba para la totalidad de las que se habían presentado, pero se le asigna a menos de la mitad. Ahí tenés un ejemplo de partida que sobra y asignado muchos menos, de los que estábamos pensando.

Nicolás: ¿Y por criterios…?

Brenda: Criterios muy discutibles. No es necesario entrar en detalle, pero si, son criterios discutibles y muchas de los medios comunitarios interpusieron recursos de consideración ante esos criterios, porque está totalmente convencidos de que esos criterios no se pueden aplicar, y esos recursos de consideración quedaron en la órbita del estado esperando una confirmación.

Nicolás: ¿Todavía no se definió?

Brenda: Todavía no.

Nicolás: Y esto estamos hablando que salió a fines de 2016…

Brenda: A fines de 2016 se abre la línea, a fines de 2017 se anuncia los ganadores, y se enteran que habían quedado 24 afuera, interponen recursos de consideración.

Flavia: ¿Te acordás algún ejemplo? Nos parece interesante…

Brenda: Radio encuentro de Viedma, es uno de los que han quedado desestimados en el FOMECA de gestión 2016, y las razones son administrativas, son absolutamente discutibles a mi criterio, y Radio Encuentro es uno de los que interpuso un recurso de consideración que está a la espera de alguna definición.

Flavia: Pero no sé, por ejemplo, si se puede decir o no, pero cuáles son esos requisitos administrativos

Brenda: Básicamente lo que agrega el enacom es que vos debías cumplir a rajatabla el reglamento, entonces si el reglamento decía que vos tenías que tener un soporte material, y un soporte digital de un mismo documento, vos tenías que presentar un soporte material y un soporte digital del balance por ejemplo. Y en el caso de radio encuentro manda un soporte digital ilegible, un cd que no se leía, y es desestimado por esa razón. Entonces, bueno, por supuesto radio encuentro está en toda condición de disputar esa legitimidad porque es absolutamente discutible, cual es la utilidad del soporte digital y material, cuando el material lo tenés, no estamos hablando de un balance que no se presentó, sino de un balance digital que falló. Y cuál es, porque básicamente en lo que es la administración del estado prima un principio que ahora no prima que se llama Derecho a Favor del Administrado, justamente te dice que en general, ante la duda, a menos que sea algo muy flagrante el error, pero que ante la duda debe primar, optar por estar a favor del administrado. Que quiere decir esto, que si mandó balance en papel, mando balance digital y el digital no se lee, a favor del administrado yo puedo optar como Estado por decir “bueno, tengo el balance en papel, está bien”. Bueno, no.

Nicolás: Y de eso que se adjudicó, ¿Se pagó efectivamente?
Brenda: Si, eso es de una de las pocas cosas que en términos cuantitativo a ejecutado de manera bastante eficaz, después de un año hasta el anuncio de ganadores entre el primer y segundo mes del anuncio de ganadores, logró pagar casi todo lo que había asignado. Pero, ya casi imputándose partida dividida entre fin de 2017 y principios de 2018. Ahora, todo el proceso previo digamos, en todo lo que les contaba, todo un año.
Nicolás: ¿Y duramente 2017 no se abrieron nuevas líneas?
Brenda: Ese fue todo un tema, que estuvo durante el año trabajando líneas, para abrirlas en 2017 pero por diversas razones, muchas las desconozco, no se llegaron a abrir, y se llegó a abrir como una especie de anuncio de que se iban a abrir líneas el 29 de diciembre, creo que fue el último día hábil del año, una suerte de chiste o algo así, en donde había un anuncio de que se iban a abrir líneas el 1ro de febrero, que después se abrieron, pero no se abrieron las líneas 2017.
Nicolás: ¿Y las que se abrieron en 2018?
Brenda: Las llaman 2017.
Nicolás: ¿Y ahí cuantas líneas se abrieron?
Brenda: Se abrieron las mismas 5 líneas.
Nicolás: Y se pasaron todo el 2017 discutiendo sobre líneas para abrir después las mismas cinco.
Brenda: Las mismas cinco pero hubo que hacer toda la adaptación a la plataforma de tramites a distancia, que eso si fue trabajo y nos costó muchísimo, y hubo discusión sobre cosas que a muchos nos parecían sin sentido incluir en el formulario, y que con la práctica se demostró que no tenían ningún sentido, pero que hoy en día forman parte de la obligatoriedad de la plataforma y que la gente tiene que llenar. Por ejemplo tres solapas llenas, cada una con 10 renglones, cada una con 6 solapas, de 60 renglones de ingresos e ingresos de la organización. Supuestamente para medir el impacto económico y la estructura económica de la organización, pero también le pedís un balance contable…
Nicolás: ¿Y a nivel de presentaciones?
Brenda: Bien, contra todo pronóstico debo decir que cerramos las líneas con buena cantidad de presentados para el pronóstico negativo que teníamos sobre los problemas con la plataforma. Si hay que ver más allá, de por ahora el buen pronóstico, va a haber que ver cuantas quedan después de todos los filtros que hoy en día tiene en ENACOM con este reglamento y esta plataforma. No cantaría victoria todavía en términos de todos los que tenemos, porque no sé cuántos van a quedar después de los filtros administrativos y de las áreas y de los análisis.
Flavia: ¿Y vos porque razón crees que se sostuvo el nivel de presentaciones?

Brenda: Es una buena pregunta… Nosé bien, me da esperanzas. Me da un poco de esperanzas pero también debo decir que en estas líneas hay muchos actores nuevos, algunos no los conocemos, es decir no sabemos de dónde vienen, entidades sin fines de lucro que nunca habíamos visto, y que es la primera vez que se presentan. Algunas quizás, no sé si propiamente te puedo decir que son un medio comunitario. Pero bueno, quien es quién para decir quien lo es o quién no. Quizás yo que vengo del AFCA tengo más o menos un mapa del sector y la capacidad de reconocer un poco, tanteando y viendo los papeles de la organización, darme cuenta de que es una organización de base o etc. Y que puede tener características de medio comunitario. Quizás hoy en día muchas que aparecieron nuevas, habría que sentarse y mirar un poco el perfil. Pero me plantea más la duda, creo que se abrió el escenario, y creo que en ese sentido para mi está bien, que se abra el escenario, y aun cuando a costa de que haya algunas organizaciones que quizás no necesitan el FOMECA pero que se presentaron y que puedan ganar. No me parece tan cuestionable, si ese es el precio que hoy pagamos por sostener el FOMECA, vamos para adelante.

Nicolás: ¿A que tipo de organizaciones te referís?

Brenda: Y… organizaciones más fundaciones, y ONG que por ahí no tienen tanto las características de un medio comunitario, autogestivo. Reciben otras financiaciones, o parecen tener otra estructura no tan de base, no tanto esa lógica de medio comunitario. Uno puede decir ¿De dónde salieron?

Flavia: Igual, por ejemplo el listado de ganadores está en la base de datos del ENACOM, uno puede acceder a esa información

Brenda: Si, pero hoy en día sólo podes acceder a los ganadores de 2016, por que las de 2018 no están

Nicolás: Me acordé de la pregunta que te quería hacer antes… vos decías que en la gestión anterior cuando había una sub-ejecución del presupuesto se desafectaba. En todo este proceso de estiramiento que hay, como que en 2016 que tenía supuestamente ese 10% pero recién se llama a fin de año, y recién se paga en 2018, ¿Qué pasa con ese presupuesto? Yo no sé si se sigue considerando el 10% de la recaudación del ENACOM.

Brenda: No, la recaudación se sigue…. Disponible tenemos un 10% correspondiente al FOMECA de la recaudación del ENACOM, lo que no se si ahora es AFCA-AFIC sería mucho más grande. Pero sigue siendo la misma partida de dinero. Por lo menos por ahora. Con lo cual ahí, Nosé si en la fusión eso todavía impacto o no. Yo entendería que no porque sigue siendo la misma partida. Creería que no. Ahora qué pasa, vos la partidas del Estado son anuales, ósea cierra el año calendario. Lo que no se ejecutó, no se ejecutó. También pasó en el AFCA que hubo un poco de sub-ejecución. Con lo cual vos tenés que hacer antes de empezar el año una estimación de cómo vas a gastar esa partida, y la tenés que hacer trimestral, y después la tenés que hacer mensual, y tenés que decir aproximadamente lo mejor

posible cómo vas a administrar esa partida. Después, que el ENACOM no la cumpla es otra cosa. No se desafecta, no es lo mismo. Porque la desafectación la haces de una línea a otra dentro de un mismo año, esto es de la partida, Nosé, no usaste un 30% y ese año terminó.
Flavia: ¿Y no hay procesos de desafectación?
Brenda: no, eso es un enroque dentro de las mismas líneas, dentro de la misma partida dentro del mismo año.
Nicolás: Ósea vos tenías para una partida asignada, para una línea, tanta cantidad de guita
Brenda: Te sobraba y la pasas a otra
Flavia: ¿Pero eso lo hacen ahora?
Brenda: No lo sé, porque algunas cosas digamos en términos de ese tipo de información ya yo no la manejo.
Flavia: Están en otras áreas. Es un tema ese… También con algunas cosas que decías me quede pensando, esto lo del crecimiento progresivo, vos crees que como Estado estaba preparado para poder, lo que fue el 2015, el FOMECA por ejemplo lo podría haber hecho en 2013?
Brenda: No, no estábamos preparados nosotros, y quizás no estaba preparado el sector en términos de tan aceitado como para presentarse digamos, No sé si se podía empezar a tan gran nivel. Yo creería que no. Que nos faltaba a todos mucho terreno todavía, en caminar. E incluso dentro de lo que nos faltó a nosotros yo creo que que nos faltaba recursos en términos de que no dábamos abasto con la cantidad de trabajo que teníamos en 2015, porque seguíamos siendo el mismo equipo de gente que empezó en 2013, en 2015 había crecido un poco pero para mí debería haber crecido mucho más en manos para poner en el FOMECA, en ese sentido creo que nos quedamos cortos de gente, incluso para la cantidad de trabajo que teníamos, para los momentos de cierre de línea, las rendiciones que eran un gran tema del FOMECA, eran pocas personas. En ese sentido creo que ni nosotros logramos abarcar la totalidad del impacto de lo que significaba el FOMECA, una puerta que abrís y después es un rio que fluye.
Nicolás: Como última cosa, porque la verdad que te estamos quemando, pero preguntarte la generalidad de si crees un poco, que ya lo veníamos charlando, pero para ir concretamente a eso, si crees y en qué medida o de qué manera que esta política fortaleció al sector para cual estaba pensada. Que de alguna manera es la pregunta de nuestro trabajo, si la fortaleció, si no, con qué cuestiones particulares, qué cosas cuantitativas se podrían tomar para eso, que cualitativas para esa respuesta.
Brenda: Yo creo que sí la fortaleció. Pero también creo que, digamos, no te puedo sacar una conclusión en términos cerrada en términos de si lo fortaleció era esto. Porque como les decía antes es un proceso que no termino, es un proceso que cortaron a la mitad, que cercenaron incluso con las líneas ganadas y no pagadas, y con las redes por ejemplo. Yo creo que si lo

fortaleció pero que a la vez todos los laburantes, y los medios quedaron como en la mitad del proceso, y es una parte compleja de analizar. Qué hicieron, o cómo sobrevivieron después de este cambio de gobierno, porque lamentablemente la política si influye sobre estas cosas, nos guste o no, la política influye. Entonces yo creo que sí, me hubiera encantado que así como veníamos hubieran sido tres años más, y ahí directamente te digo, si, rotundamente sirvió, porque hubiéramos pulido muchas más cosas. Se iba a implementar una auditoría sobre la AFSCA que íbamos a tener nosotros, donde íbamos a saber un montón de cosas administrativas que no sabíamos, y eso no se llegó a hacer. Íbamos a hacer, por ejemplo, un trabajo de una suerte de medición más territorial de ir a los medios y trabajar con lo que habían hecho con el FOMECA, lo había llamado a Adrián para hacer eso, para empezar a pensar para el año siguiente para 2016, en una suerte de auditoria nuestra, en la dirección de proyectos especiales, una especie de informe, de censo, que fuera a ver un poco el impacto del FOMECA para hacer evaluaciones de impacto. Lo íbamos a hacer

Nicolás: lo marcamos como cosas que faltaban…

Brenda: estaban los planes, por eso les digo que nos cortaron a la mitad. Yo me había juntado con Adrián un par de veces a conversar y él me decía que tenía ganas de que yo formara parte de eso, porque tenía conocimiento administrativo y conocimiento de los medios como una unión que estaba buena para ir a territorio y a ver a los medios y ver que habían podido hacer con el fomeca, y relevar también que necesitaban que les faltaba, más allá de que con las redes había relación. Y todas esas cosas hubieran servido mucho más, eso es lo que digo, por eso digo que no es que no sirvió, creo que se nos cortó a la mitad, que sí sirvió, que hasta donde llegamos sirvió, que fomento un montón, que crecieron un montón, pero que no olvidemos que esos medios vienen muchas veces de muchísimos años de remarla sin este financiamiento, y de sostenerse solos, entonces tampoco pensemos desde el otro extremo que el FOMECA fue el que los consolidó. No, es un derecho adquirido, que ganaron, que es de ellos y que ahora hoy les corresponde y que tienen derecho a salir a reclamar. Pero muchos ya se sostenían incluso económicamente antes sin el FOMECA, y lograron hacer lo que hicieron y construir sus estudios de radio, y sus canales de tv sin el FOMECA, entonces digo no olvidemos eso también, el sector tenía un cierto nivel de estructura, que el FOMECA ayudó a consolidar en algunos casos o a reforzar o a empezar a armar los más chiquitos. Entonces sí, yo creo que sí, pero que no olvidemos que el sector tiene su historia y viene de mucho antes, también. Como para cerrar la idea.

Flavia: Me quedó una pregunta, yo me acuerdo que alguna, un encuentro Nacional de Comunicación en el que, armamos una especie de mesa de líneas de financiamiento del Estado, que estaba el FOMECA pero había otras. Que hablo también, estábamos pensando respecto a quizás, no, una hipótesis posible de que para poder fortalecer y hacer crecer mucho más un sector como el comunitario, el sin fin de lucro, quizás también fue un problema el

hecho de la dispersión de financiamiento, de distintos programas, en distintos lugares. Como que los medios comunitarios accedían al fomeca pero también tenían algo con el inca, o con el ministerio de desarrollo, y si eso, pensar nosotros que lo veníamos viendo, de política más integral, en las conclusiones también poder plantear que una política de financiamiento, el pluralismo, la diversidad, también tiene que ser algo mucho más integral.

Brenda: Si, en un punto, entre distintos organismos. Hacer convenios para armar una política en conjunto y bajar el financiamiento, pero colaborativa entre dos organismos, por ejemplo. Sí, yo creo que en eso también se nos cortó a la mitad, porque había muchos proyectos con otras instituciones y demás que también quedaron en el aire en ese sentido, creo que si hubiera estado bueno que fuera más integral. Que por ahí el exceso de oferta hace que haya poca demanda. Es una idea interesante. Porque además cada uno te pide cosas, obligaciones, cumplir ciertas cosas, si vos accedes a cinco concursos al mismo tiempo, es difícil que lo sostengas.

Nicolás: Y también desde la lógica del estado también el hecho de si por ahí, centralizar más, la posibilidad de otorgar derechos…

Brenda: si, más focalizado.

Nicolás: Si, eso. Si sabeos que para este tipo de sector va a ser un problema lo administrativo, lo financiero, etc., por ahí pensar políticas más integrales articulando instituciones del Estado, para realmente fomentarlo, y no esto de que cada institución saque una línea por su lado y en realidad al sector le termina llegando el 30% de lo que le podría llegar en cuanto a ayuda no solamente económica, sino técnica, de gestión, de asesoramiento. Obviamente estamos hablando de un Estado preocupadísimo por su sociedad

Brenda: No sólo eso, si no que estamos los que formamos parte del estado para llegar a eso, porque todavía estábamos tratando de llevar adelante el FOMECA cuando sufrimos la intervención y eso era una idea que hubiéramos laburando posteriormente, al calor del relevamiento de cómo están los medios y de que otra cosa hicieron, que quizás hubiera surgido en una segunda etapa, en un segundo período de maduración.

Nicolás: igual nosotros nos estamos planteando un poco esto de qué paso y qué hacer, como esto

Brenda: El qué hacer es un interrogante… Estoy adentro y veo cada día más complejo el qué hacer. Me resulta muy difícil.

Flavia: Nuestra idea también es que este trabajo no solamente sirva para sistematiza rol que hicimos sino para empezar a tirar una línea de acción que si volvemos a ser gestión capaz no necesitemos 4/5 años para una política, sino que esas reflexiones puedan servir para prever estos escenarios. Seguro que la práctica puede comerte… y por qué puede ser que los contextos hayan cambiando y un montón de variables que uno no controla, pero me parece que un poco en ese sentido era la búsqueda de cara a la conclusión del trabajo

Brenda: si, para mi si ayudo, si fortaleció. Pero que eso no tiene que eclipsar el rol de los medios, el sujeto al cual está dirigido, ese sujeto existe y existió, remo un montón de años sin nosotros. Entonces tampoco hay que olvidar eso y tampoco hay que olvidarlo cuando uno quiere que se presente a FOMECA, porque muchas veces era porque es algo nuevo, y ya venían sobreviviendo, entonces no tenían por qué tener que adaptarse y tener que hacer algo otra vez. Entonces también es hacerles entender que es algo más que les corresponde, no es una obligación solamente, sino que también está bueno porque les corresponde como derecho.

Flavia: y aparte como una historia de exclusión de parte del Estado, tienen todo el derecho de desconfiar…

Brenda: hoy más que nunca desconfían, hoy están convencidos de que el Estado es el espía numero uno de su situación. Más con una plataforma online, con los datos cruzados con la AFIP, todos tienen la misma lógica de que cualquiera de ellos les puede caer un carpetazo, todos tienen el miedo del carpetazo. La gestión, los medios, todos todos es como el fantasma del carpetazo para mí es como vox populi, le pasa a todos, a la gente que pone en gancho en FOMECA, a los medios, todos piensan que están bajo el halo de la posibilidad de la sospecha

Flavia: pero cuando te réferis al carpetazo a que te réferis?

Brenda: que te caiga un incumplimiento de haberes del funcionario para estar en el Estado, o sumario por que firmaste algo que no estaba bien, o en el caso del medio comunitario, “ah tus papeles no estaban bien, tenés que devolver la plata” ese tipo de escenarios que la gente imagina.

Flavia: me parece re interesante. Porque en el 90 el miedo era que te comiste los equipos, o que te metan en cana. Hoy, digo la lógica de la discusión política incluso está muy atrasada por la discusión de la corrupción, me parece muy interesante el fantasma del carpetazo, como que me parece muy sintomático del contexto.

Brenda: Si, es muy presente el contexto de la judialización de la política, me parece que también va de la mano de eso, pero generó también un sentido común del miedo a ir preso en todo el mundo. Nosé, de repente todo el mundo, de verdad lo digo, yo que veo procesos en el estado, gente que pone firmas, el miedo a ir preso. Así, lisa y llanamente. “no, voy preso” casi como un chiste, una muletilla. Y vos decís “wau, nunca he escuchado esto.” Yo vengo de otro paradigma entonces no lo podía creer cuando escuchaba estas cosas. Pero si, reina ese sentido común.

Flavia: Y esto que decíamos de la racionalidad del Estado, hoy es el Estado súper tecnocrático

Brenda: Si, eso es un muy difícil para las organizaciones. Ser medidos en términos tan cuantitativos, y que la respuesta del otro lado de la cantidad de problemas que tienen o que les ocupan, sean tan nulas.

Flavia: Porque pensaba en la dictadura, un estado sumamente censurador, autoritario; en los 80’ no pasó nada (risas), los 90’ un Estado muy presente en favor de las empresas pero con lógica de favorecer a otro actor que no está gobernando. Nosé, habría que buscar un concepto de la racionalidad de los 90’.
Brenda: liberal pero en favor de los privados.
Flavia: Hoy es como ni siquiera eso, es son los tecnócratas gobernando para ellos mismos, todo es medible como si fuera una empresa, todo tiene que ser eficaz
Nicolás: es que en realidad es la lógica en la política lo que cambio de alguna manera, porque los 90’ era la clase política gobernando en favor de los sectores económicos dominantes que claramente, digamos, formaban parte de un mismo todo pero todavía de alguna manera vivía la clase política como tal. Hoy en día la clase política gobernante es la clase, es el empresariado, y tradujo, se llevó su lógica y se ve incluso en las tensiones que ya estamos yendo a cualquier lado, pero las tensiones entre PRO y Radicalismo, en esas tensiones se ve como los tipos llevaron su lógica al manejo del estado a la implementación del estado, pero por ahí el sector del Radicalismo que viene de otras lógicas políticas
Brenda: Incluso los políticos de ellos que vienen del peronismo
Nicolás: Y es terrible en la mella que haga en el sentido común de la sociedad, que si nos empezamos a acostumbrar a esto, va a ser muy difícil
Brenda: muy meritocratico todo
Brenda: Yo no creo que en el Estado, a menos que sigamos con esta gestión, ahí sí vamos a estar acostumbrados. Si cambia yo creo que no, que es un proceso muy breve como para que la gente piense que es así. Pero también creo que esa forma tan tecnocrática y cuantitativa en particular viene por ciertas disposiciones de este gobierno que tienen que ver con este mega ministerio que es Modernización, que maneja todo, porque es en el caos nuestro la bajada concreta de las decisiones que se toman en el ENACOM vienen de Modernización, todos sabemos que viene la decisión administrativa de ahí, y la cuantitividad y la medición y toda esta tecnocrática viene de este Ministerio. Esa es la bajada concreta que tiene el ministerio sobre los organismos. Entonces, no es un buen augurio por lo menos por ahora, porque así es como se elaboran las reducción es de la planta del Estado, y también los análisis que también luego se hacen sobre si una política pública sirve o no sirve, porque básicamente solapado detrás de una sub-ejecución es que esa política pública no sirve, porque no funciona, porque no se puede implementar, porque el actor no va. Un montón de cosas
Nicolás: todo por número, digamos
Brenda: Y, lamentablemente sí.
Flavia: Y descontextualizado
Brenda: Si, es un numero con todo lo frio que es un numero. No es fácil.