



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

Título del documento: La política comunicacional del desguace: un análisis sobre el vaciamiento de los medios públicos en Argentina (2015-2019)

Autores (en el caso de tesis y directores):

Julieta Eliana Deza

Mariana Baranchuk, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2020

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



Carrera de Ciencias de la Comunicación Social



UBA Sociales
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**La política comunicacional del desguace:
un análisis sobre el vaciamiento de los
medios públicos en Argentina (2015-2019)**

Tesina de grado

Estudiante

Julieta Eliana Deza

Tutora

Mariana Baranchuk

Índice

1. Introducción	1
1.1. Hipótesis	1
1.2. Metodología	4
1.2.1. Corpus legislativo y documental	4
1.2.2. Entrevistas realizadas	6
2. Marco teórico. Sin comunicación no hay democracia	7
2.1. Comunicación y participación	9
2.2. Comunicación y cultura: hegemonía cultural	11
2.3. El carácter de interés público de la comunicación	13
2.4. El rol del Estado en materia de comunicación	14
3. Conocer el pasado para entender el presente	17
3.1. El rol del Estado en materia comunicacional durante los '90	18
3.1.1 Los medios públicos durante los años '90	19
3.2. Los medios públicos durante el kirchnerismo. Las políticas públicas de comunicación	22
3.2.1. Independencia económica y recuperación de la soberanía	24
3.2.2. Sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual	26
3.2.3. RTA: nuevo organismo de gestión de los medios públicos	28
4. Cambiemos	30
4.1. La ley de medios SÍ se toca	32
4.2. La comunicación como mercancía	36
5. ¿Extinción de los medios públicos? Vaciamiento como política comunicacional	40
5.1 Análisis de casos	41
5.1.1 La TV Pública	42
5.1.2. Radio Nacional	46
5.1.3. Agencia de Noticias Télam	49
5.1.4. Canal Encuentro, PakaPaka y DeporTV	53
6. Palabras finales	62
7. Bibliografía	65
8. Anexo	70

1. Introducción

El 10 de diciembre de 2015 se inició en la Argentina un nuevo ciclo económico, social y político. Bajo la gestión de Mauricio Macri comenzó a implementarse una política de Estado basada en el esquema neoliberal para la gestión pública. A partir de ese momento, se dio un proceso paulatino y constante de desarticulación de la gran mayoría de las instancias y políticas estatales que daban sustento a un modelo de organización de la sociedad anclado en la intervención del Estado para garantizar los derechos de la ciudadanía. En este marco, las políticas comunicacionales se vieron directamente implicadas.

A lo largo de nuestro trabajo intentaremos dar cuenta del modo en que la gestión del gobierno de Cambiemos modificó las relaciones de poder en el sistema de medios públicos y accionó contra la función del servicio de interés público. Las medidas que tomó el gobierno de Mauricio Macri se hicieron en detrimento de la posibilidad del ejercicio del derecho humano a la comunicación. Bajo el modelo económico de corte neoliberal, el rol del mercado tomó preponderancia y, en consecuencia, se reconfiguró el sistema de valores que imperaba en el desarrollo de la sociedad. En este contexto, la participación ciudadana que había sido un elemento constitutivo de las políticas en general y de la comunicación en particular durante el kirchnerismo, se vio obstruida a causa de una manera de entender la gestión gubernamental que colocó al ciudadano en el lugar de un mero consumidor de bienes y servicios dentro de la lógica del mercado capitalista.

1.1. Hipótesis

En este trabajo se intenta dar cuenta de qué manera las políticas comunicacionales durante la gestión de Cambiemos se vieron subsumidas bajo una lógica mercantil. El vaciamiento que sufrieron los medios públicos da cuenta que, lejos de considerar la comunicación como un bien social, el gobierno de Mauricio Macri se posicionó en un paradigma de corte mercantil.

Esta hipótesis es desarrollada a lo largo de toda la tesina: en el capítulo dos se presenta el marco teórico comprendiendo que la comunicación es un derecho humano fundamental para el desarrollo de las democracias participativas y, en ese sentido, se explica por qué sin

comunicación plural y diversa la democracia no es viable; en el capítulo tres se analiza la etapa comprendida durante la década del 90 y el kirchnerismo, entendemos que el estudio de las políticas llevadas adelante durante esos períodos nos ayudará a comprender algunos de los problemas que permanecen en la actualidad en cuanto al desarrollo de las políticas comunicacionales; en el capítulo cuatro se desarrollan y analizan concretamente las políticas comunicacionales que se llevaron adelante desde la gestión de Cambiemos en el marco de un modelo neoliberal; en el capítulo cinco se realiza un análisis de cada uno de los medios públicos que se vieron implicados en lo que fue la política comunicacional de Mauricio Macri: el desguace; en el último capítulo se reflexiona acerca de los dos paradigmas comunicacionales desarrollados a lo largo de toda la tesina.

El objeto de estudio se analiza desde las teorías que comprenden a la comunicación como proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas. Esta producción social se construye de modo relacional e implica un proceso social de sentido. En esta línea es posible señalar que la comunicación resulta necesaria para el desarrollo humano ya que es la base para llevar adelante las interrelaciones que configuran nuestras acciones y prácticas sociales (Uranga, 2005). En el marco de esta concepción, entendemos que la comunicación debe pensarse no sólo en tanto derecho humano individual sino también colectivo dado que resulta fundamental para el ejercicio de las democracias participativas: los sujetos sociales deben ejercer el mismo para poder conocer, participar, intervenir, demandar, opinar y expresarse libremente. El informe McBride “Un solo mundo, voces múltiples” realizado en 1980 por la UNESCO, es un documento histórico en la materia y destaca la importancia del derecho a la comunicación. De esta manera, el ejercicio del derecho humano a la comunicación en función de las democracias participativas no puede pensarse sin un Estado que promueva y garantice la pluralidad de voces. Además, comprendemos que los medios masivos de comunicación cumplen una función social en tanto que son configuradores de sentido y, por lo tanto, es necesaria una redistribución igualitaria de los intercambios simbólicos cualquiera sea la ubicación geográfica de los ciudadanos y las ciudadanas (De Charras et al., 2014). El Estado, entonces, debe promover políticas públicas y fomentar tanto la pluralidad como la diversidad para asegurar el efectivo

ejercicio del derecho humano a la comunicación. Esto será trabajado en profundidad a lo largo del capítulo dos.

Durante los años '90 se privatizaron los servicios públicos por parte del Estado. Hubo una gran desregularización, primó la volatilidad del mercado financiero y se habilitó la conformación de grupos multimedia que ocuparon el rol hegemónico en materia de comunicación. Este paradigma comunicacional, ubicado dentro de una lógica comercial, fue desandado a partir de la gestión de los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner quienes colocaron al Estado como promotor y garante de derechos, entre ellos: el derecho humano a la comunicación. Esto será trabajado principalmente en el capítulo tres.

A partir de 2015, con el cambio de gestión, se inició un nuevo proceso de implementación del paradigma mercantil. Señalamos que, a diferencia de los años '90, durante ese período el bloque de poder que implementó dichas políticas estaba compuesto directamente por el capital extranjero, los bancos transnacionales y las empresas extranjeras. Las políticas comunicacionales no fueron ajenas a esa nueva ola neoliberal y, en ese contexto, se decidió realizar un sistemático vaciamiento que dejó como saldo cientos de despidos, retiros voluntarios y merma en la producción de contenidos locales. Estas medidas fueron en contra de la pluralidad y diversidad de voces que deben estar garantizadas en el marco de una democracia participativa. Esto será expuesto en el capítulo cuatro.

Los trabajadores y trabajadoras de los medios públicos se vieron directamente afectados por las políticas comunicacionales de Cambiemos. Se analizan los casos de los principales medios públicos: la TV Pública; Radio Nacional; la Agencia Nacional de Noticias Télam; PakaPaka, DeporTV y Canal Encuentro. Allí se encuentran cuáles fueron las consecuencias de estas políticas comunicacionales y, con ello, se analizan las distintas formas de resistencia que llevaron adelante los trabajadores y trabajadoras del sector en conjunto con la sociedad civil. Esto se detalla, en profundidad, en el capítulo cinco.

Para finalizar analizamos la diferencia entre los dos paradigmas comunicacionales que se desarrollan a lo largo de todo el trabajo: el que coloca al Estado como promotor y garante, y el mercantil basado en una lógica meramente comercial. Allí se plantean algunas líneas para

pensar en la necesidad de construir una comunicación que sea contrahegemónica. Esto se desarrolla en las conclusiones.

1.2. Metodología

La metodología a través de la cual vamos a realizar el análisis será de exploración e indagación con el propósito de dar cuenta de los criterios teóricos que permitan reflexionar acerca del vaciamiento de los medios públicos como política comunicacional de Cambiemos. La indagación se centrará en las políticas de comunicación implementadas durante toda la gestión de Mauricio Macri (2015-2019). Este análisis exploratorio se realizará cruzando comunicados oficiales, notas periodísticas, grillas de programación de los medios estatales, material de archivo de funcionarios del gobierno de Cambiemos, leyes, documentos académicos y entrevistas de primera mano. Los aportes provenientes de documentos y declaraciones como la Convención Americana de Derechos Humanos y la Declaración Universal de la Diversidad Cultural serán fundamentales para el análisis. Asimismo, formarán parte de nuestro corpus los Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU) 13/15, 236/15, 267/15, los cuales modificaron el marco jurídico heredado del kirchnerismo bajo la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522. Además, el marco teórico, las declaraciones, convenciones y leyes se articularán con entrevistas de primera mano realizadas a trabajadores y ex directivos de los medios públicos.

1.2.1. Corpus legislativo y documental

- Declaración Universal de Derechos Humanos. Adoptada y proclamada por la Asamblea General en su resolución 217 A (III), 10 de diciembre de 1948.
- Convención Americana sobre Derechos Humanos. “Pacto de San José de Costa Rica”, San José, Costa Rica, 22 de noviembre de 1969.
- Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. Adoptada por la 31a reunión de la Conferencia General de la UNESCO, París, Francia, 2 de noviembre de 2001.
- Ley 22.285 (Radiodifusión, Argentina).
- Ley 23.696 (Ley de Reforma del Estado, Argentina).

- Ley 26053 (sustituye el artículo 45 de la ley 22.285, Argentina).
- Ley 26.522 (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual).
- Ley 27208 (Ley de Desarrollo de la Industria Satelital, Argentina).
- Proyecto de Ley de Fomento de despliegue de infraestructura y competencia TIC, Argentina, 27 de junio de 2018.
- Decreto 328/88. Comunicación que deberán efectuar los empleadores, antes de disponer suspensiones, reducciones de jornada laboral o despidos por causas económicas o falta o disminución de trabajo, Argentina, 08 de marzo de 1988.
- Decreto 1656/92. Modificación del artículo 38 de la Ley N° 22.285. Argentina, 07 de septiembre de 1992.
- Decreto 2355/92. Exclusión de excepciones, Argentina, 07 de diciembre de 1992.
- Decreto 2357/98. Telecomunicaciones. Televisión digital - estándar técnico ATSC, Argentina, 22 de octubre de 1998.
- Decreto 13/2015. Creación. Ley N° 26.522 y N°27.078. Modificaciones, Argentina, 29 de diciembre del 2015
- Decreto 236/2015. Creación. Ley N° 26.522 y N°27.078. Modificaciones, Argentina, 29 de diciembre del 2015
- Decreto 267/2015. Creación. Ley N° 26.522 y N°27.078. Modificaciones, Argentina, 29 de diciembre del 2015.
- Decreto 1222/2016. Creación de Contenidos Públicos Sociedad del Estado, Argentina, 02 de diciembre de 2016.
- Decreto 513/2017. Modificación de Ley de Ministerios, Argentina, 17 de julio de 2017.
- Resolución 125/2008. Nomenclatura común del Mercosur, Argentina, 10 de marzo de 2008.
- Resolución 1015/2010. Creación de la Señal Paka Paka, Argentina, 27 de julio de 2010.
- Resolución 601/2017. Desarrollo del nuevo proceso de consulta sobre las leyes 26.522 y 27.078, Argentina, 28 de marzo de 2017.
- Resolución 131/2018. Prórroga del anteproyecto de ley de reforma y actualización de leyes 26.522 y 27.078, Argentina, 20 de diciembre de 2018.

1.2.2. Entrevistas realizadas

- Ariel Magirena (Trabajador de la TV Pública)
- Carlos Brigo (Trabajador de Télam)
- Facundo Agrelo (Ex Director de la señal PakaPaka)
- Fernando Piana (Trabajador de Radio Nacional)
- Jésica Tritten (Ex Directora General del Polo Educativo de Educ.ar S.E)
- María Rosenfeldt (Ex Directora de Canal Encuentro)

2. Marco teórico

Sin comunicación no hay democracia

Entendemos la comunicación como un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas. Esta producción social se construye de modo relacional e implica un proceso social de sentido. En esta línea es posible señalar que la comunicación resulta necesaria para el desarrollo humano ya que es la base para llevar adelante las interrelaciones que configuran nuestras acciones y prácticas sociales. En esa línea Washington Uranga señala que:

...la comunicación es inherente e inseparable de las prácticas sociales. Toda práctica social se constituye simbólicamente y se construye a través de una madeja de relaciones comunicacionales que pueden ser leídas, interpretadas y, por lo tanto, también generadas y gestionadas de una determinada manera y con un propósito específico (Uranga, 2005: 1).

En el marco de esta concepción, la comunicación debe pensarse no sólo en tanto derecho humano individual sino también colectivo dado que resulta fundamental para el ejercicio de las democracias participativas: los sujetos sociales deben ejercer el derecho para poder conocer, participar, intervenir, demandar, opinar y expresarse libremente. Es por eso que:

...el propósito de la libertad de expresión no es la autorrealización individual sino más bien la preservación de la democracia y del derecho de un pueblo, en tanto pueblo, a decidir qué tipo de vida quiere vivir. La autonomía es protegida, no por su valor intrínseco, como podría insistir un kantiano, sino como un medio o instrumento de autodeterminación colectiva (Fiss, 1997: 88).

Cuando nos referimos a la comunicación como derecho colectivo, lo pensamos en relación con lo fundamental que resulta para el ejercicio participativo de la ciudadanía en una sociedad democrática. El informe McBride “Un solo mundo, voces múltiples” realizado en 1980 por la UNESCO, es un documento histórico en la materia y destaca la importancia del derecho a la comunicación en tanto que:

Las necesidades de una sociedad democrática en materia de comunicación deben quedar satisfechas mediante la formulación de derechos específicos tales como el derecho a ser

informado, el derecho a informar, el derecho a la protección a la vida privada y el derecho a participar en la comunicación pública, que encajan todos ellos en ese nuevo concepto que es el derecho a comunicar (1980: 452).

En la misma clave, el inciso 3 del artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos señala que:

No se puede restringir el derecho de expresión por vía 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.

Entonces, resulta fundamental comprender que el derecho humano a la comunicación es constitutivo de las democracias participativas. Marita Mata sostiene que *“la noción de ciudadanía comunicativa remite necesariamente a los derechos civiles”* (Mata, 2006: 13) y retoma lo postulado por Hopenhayn para decir que *“la ciudadanía comunicativa involucra dimensiones sociales y culturales vinculadas a valores de igualdad de oportunidades, calidad de vida, solidaridad y no discriminación”* (op cit). Es importante señalar que cuando hablamos de participación ciudadana en el marco de las democracias, nos referimos - irremediablemente- a la necesidad de reconocer las diferencias, la mirada del otro y la alteridad. Como ya mencionamos, la comunicación es un derecho que debe concebirse en términos colectivos y, en esa línea, es necesario pensar en escenarios de participación del espacio público para que puedan llevarse adelante los debates de la sociedad, los intercambios, las construcciones de consensos, la articulación, la negociación y la organización.

La concepción de la comunicación en tanto derecho humano, entonces, nos exige tener una mirada que supere la lógica individualista debido a que esta última se contrapone con la dimensión de la ciudadanía en tanto sujeto colectivo. Nos llama a problematizar las acepciones reduccionistas acerca de la ciudadanía que son funcionales a la lógica liberal. Nos convoca a pensar y a reconocer que existe *“la desigualdad y la exclusión material y simbólica de importantes sectores de la población”* (De Charras et al, 2012: 29). Sin comunicación no puede haber democracia porque es desde la conformación de esos escenarios de participación y de intercambio que se puede poner en cuestión el orden establecido que naturaliza las

desigualdades estructurales y que excluye a un gran porcentaje de la población. Uranga reafirma esta concepción cuando se pregunta: “¿Cómo se construye esta ciudadanía sin espacios de concertación sustentados en la comunicación? No es posible” (Uranga, 2004: 4).

2.1. Comunicación y participación

En el apartado anterior se sentaron las bases respecto a la concepción de la comunicación como fundamental para el ejercicio de las democracias. Esbozamos unas primeras líneas respecto a la noción de participación, pero resulta fundamental profundizar sobre el concepto para poder comprender cuál es rol de la ciudadanía si la entendemos desde una perspectiva colectiva. A partir de las definiciones elaboradas por la UNESCO en Belgrado durante 1977, es posible afirmar que el concepto de participación puede analizarse según los siguientes niveles: “a) la intervención de la población en la producción de los mensajes, b) la intervención en la toma de decisiones, y c) la contribución para la formulación de planes y políticas de comunicación masiva” (Rossi, 2016: 5). Este se diferencia del concepto de acceso que, según el mismo documento, comprende dos niveles: “a) el de la elección del material, y b) el de la retroacción” (op cit). Entonces, mientras la primera concepción entiende a los sujetos sociales desde un rol activo con capacidad de incidir respecto a las reglas, los formatos y la programación de los medios de comunicación; la segunda se coloca en el plano de la elección y la retroacción entendiendo a los sujetos sociales desde un rol pasivo y condicionados por reglas previamente establecidas.

Teniendo en cuenta lo expresado, es posible afirmar que tener mayor acceso no significa tener mayor participación. El acceso “no garantiza que las masas comprendan lo que sucede, ni que vivan y piensen mejor” (García Canclini, 1991:6). Reconocer la existencia de las desigualdades estructurales nos permite romper con la concepción liberal que desconoce las condiciones materiales de existencia, coloca al ciudadano como un mero consumidor y, de esa manera, despolitiza. Es necesario apostar a: la participación plural y diversa, la intervención de la ciudadanía sobre los asuntos públicos y la apropiación de la política como herramienta para las transformaciones sociales. Bajo el liberalismo “la política desaparece como forma de cuestionamiento de los ordenamientos establecidos” (De Charras et al, 2012: 18).

Entonces, ¿cuál es el rol que cumple la ciudadanía? En primer lugar, debemos corrernos de la concepción individual que se impone desde el liberalismo. Hay que considerar que *“el Derecho a la Información y el Derecho a la Comunicación permiten concebir a la ciudadanía, no desde la abstracción ilustrada, sino desde el reconocimiento concreto y situado de la diferencia y desigualdad”*. (De Charras et al., 2012: 29). Desde ese marco, la ciudadanía es entendida en tanto colectivo que debe intervenir, proponer y contribuir en la formulación de políticas. Es posible afirmar que la participación ciudadana se materializa en el armado de políticas públicas como elemento de la democracia. Estas se definen como un:

...conjunto de acciones y omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del estado en relación con una cuestión que concita la atención, interés o movilización de otros actores en la sociedad civil. De dicha intervención puede inferirse una cierta direccionalidad, una determinada orientación normativa, que previsiblemente afectará el futuro curso del proceso social hasta entonces desarrollado en torno a la cuestión (Oszlak y O’Donnell, 1995: 15-16).

Cadenas Ayala (2009) despliega una definición señalando ventajas y desventajas de las mismas. Como ventaja postulará que las Políticas Públicas están orientadas a resolver problemáticas concretas promoviendo la integración social pero dirá, ubicando lo que sigue dentro de las desventajas, que *“en la realidad de los países (...) ni son siempre tan públicas, ni siempre responden a las necesidades de las personas a quienes están supuestamente dirigidas”* (Cadenas Ayala, 2009: 6). En ese sentido señala que muchas veces los diseños de las políticas públicas se realizan desde ‘el escritorio’ sin conocer efectivamente las demandas, inquietudes y problemáticas reales de los sujetos sociales. Planificar sin considerar las necesidades y las problemáticas que atraviesa la sociedad en su conjunto resulta altamente dañino para la construcción de las democracias. Esa disociación acerca de la realidad profundiza las desigualdades estructurales y coloca a la ciudadanía en un lugar meramente pasivo.

En esa misma línea Velásquez Betancur (2014) postula que *“las políticas tradicionales y las acciones del Estado suelen fracasar porque en el diseño de las normas, de las medidas y de las acciones correspondientes no se tiene en cuenta el contexto ni hay un conocimiento*

previo de la población afectada” (pp 24). El autor menciona que las políticas públicas son una síntesis entre la posición del gobierno y las demandas de la sociedad civil y es por ello que la participación social resulta fundamental ya que es la base de su eficacia y su eficiencia. Debe haber participación directa de la sociedad civil y el diálogo social resulta imprescindible.

Como desarrollo participativo materializado en norma podemos citar el proceso de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522). La misma se sancionó el 10 de octubre de 2009, nació con la necesidad de darle otra estructura normativa a la comunicación, en el marco de un cambio de paradigma comunicacional y como producto de una gran serie de debates que se realizaron, a lo largo y ancho de todo el país, a través de Foros Participativos de Consulta Pública. Allí participaron organizaciones sociales, sindicatos, especialistas en comunicación, representantes de pueblos originarios, universidades nacionales, referentes de derechos humanos. Luego de un amplio debate y grandes intercambios se lograron sentar las bases para una ley que apostó a la pluralidad y a la diversidad de voces.

Democracia, participación social y comunicación se relacionan de manera directa. Uranga señala que *“la comunicación es inherente a las prácticas sociales y no es posible desentrañar el sentido de los procesos históricos sin contar con la mirada desde la comunicación”* (Uranga, 2016: 80). Los actores de la sociedad civil deben contar con instancias de participación, organización y articulación para llevar adelante sus demandas y propuestas. La gestión de políticas públicas, dice Uranga (2018), requiere de la comunicación en términos generales: también como estrategia de implementación.

2.2. Comunicación y cultura: hegemonía cultural

Cuando hablamos del rol que tiene la comunicación como configuradora de sentido, lo pensamos en relación a la cultura en tanto estructura de creencias, valores y principios. Gramsci -en los años de prisión durante el régimen fascista entre 1927 y 1935- bajo el concepto de hegemonía intenta comprender cómo el ejercicio de dominación de una clase sobre otra se da a través de entramados culturales, sociales y políticos constituyendo, así, un sentido común que -por definición- es dominante. Sostenemos que, actualmente, los medios

de comunicación de masas cumplen un rol fundamental en la constitución de la opinión pública y como instrumento de propagación de ese sentido común. La hegemonía abarca las relaciones de dominación y subordinación. Aquello que percibimos como experiencias del sentido común forman parte de un entramado cultural, político y económico. En ese marco, siguiendo a Gramsci, Williams afirma:

...la hegemonía constituye todo un cuerpo de prácticas y expectativas en relación con la totalidad de la vida: nuestros sentidos y dosis de energía, las percepciones definidas que tenemos de nosotros mismos y de nuestro mundo. Es un vívido sistema de significados y valores-fundamentales y constitutivos-que en la medida en que son experimentados como prácticas parecen, confirmarse recíprocamente (Williams, 1980: 22)

A diferencia del dominio, que en tiempos de crisis se expresa por medio de la coerción, la hegemonía para seguir funcionando debe renovarse y definirse constantemente debido a que, al mismo tiempo, *“es continuamente resistida, limitada, alterada, desafiada por presiones que de ningún modo le son propias”* (Williams, 1980: 24). Estas fuerzas de resistencia se denominan contrahegemonía o hegemonía alternativa. Entonces, si bien la hegemonía por definición es dominante nunca lo es de manera total. Es fundamental que la entendamos no como un sistema sino como un proceso.

Los medios de comunicación cumplen un rol en la construcción de esa hegemonía: funcionan como escenarios de representación de lo social, construyen modos de interpretación y formas de lectura. Tal como afirma Hall:

El significado de un símbolo cultural lo da en parte el campo social en el que se le incorpore, las prácticas con que se articule y se le hace resonar. Lo que importa no son los objetos intrínsecos o fijados históricamente de la cultura sino el estado de juego en las relaciones culturales (Hall, 1984: 7).

Al mismo tiempo los medios de comunicación tienen la función social de asegurar el desarrollo cultural. Deben garantizar la pluralidad y la diversidad de voces, así como también la representación de diversas miradas. Esto último resulta fundamental para la conformación identitaria de las sociedades. La gran serie de valores sociales, culturales y políticos debe verse reflejada en los medios de comunicación. Estos constituyen opinión pública y se trata

de apostar a que visibilicen los intereses de las grandes mayorías. Al respecto, el artículo 2 de la Declaración Universal de la Diversidad Cultural señala:

En nuestras sociedades cada vez más diversificadas, resulta indispensable garantizar una interacción armoniosa y una voluntad de convivir de personas y grupos con identidades culturales a un tiempo plurales, variadas y dinámicas. Las políticas que favorecen la integración y la participación de todos los ciudadanos garantizan la cohesión social, la vitalidad de la sociedad civil y la paz. Definido de esta manera, el pluralismo cultural constituye la respuesta política al hecho de la diversidad cultural. Inseparable de un contexto democrático, el pluralismo cultural es propicio para los intercambios culturales y el desarrollo de las capacidades creadoras que alimentan la vida pública.

Las sociedades actuales están atravesadas por los medios de comunicación. Resulta impensable prescindir de la información: es un derecho humano y constituye valores y creencias, tanto individuales como colectivas. En ese sentido, la ex defensora del Público Cynthia Ottaviano, en un documento que compila diversas discusiones de especialistas acerca del derecho a la comunicación a 30 años de democracia, afirma:

...si la ciudadanía moderna supuso el reconocimiento de derechos civiles, políticos y sociales –característicos del constitucionalismo liberal y social de mediados del siglo pasado–, la ciudadanía comunicacional implica el reconocimiento de un conjunto de nuevos derechos que se inscriben en el constitucionalismo multicultural, propios del siglo XXI; derechos que resultan impensables sin la intervención de los medios de comunicación (En: Eliades, 2015: 27).

A la hora de pensar políticas públicas en pos del desarrollo cultural, el poner en común como principio comunicacional debe hacerse “*sin perder lo diferente e identitario*” (Uranga, 2004: 8). Resulta fundamental garantizar lo plural, diverso e identitario. Los medios de comunicación deben materializar esa perspectiva a partir del desarrollo de contenidos que representen las distintas miradas.

2.3. El carácter de interés público de la comunicación

Para poder comprender a qué nos referimos cuando hablamos del interés público de la comunicación, es preciso mencionar que a partir de la Declaración universal de los Derechos

Humanos que -en su artículo 19- reconoce el derecho a la información, se realiza un pasaje en donde la información y la comunicación “*dejan de ser potestades del Estado, de los empresarios periodísticos e incluso de los propios periodistas para convertirse en un derecho humano, cuyo titular es el público*” (Loreti y Lozano, 2014: 57).

Tal como se mencionó en apartados anteriores, la comunicación es un derecho humano fundamental para el desarrollo de las democracias participativas. La ciudadanía debe conocerlo para poder decidir y los medios de comunicación ocupan un rol central en tanto configuradores de sentido. Tal es así que “*si la radio y la televisión contribuyen al desarrollo sociocultural de la Argentina, existe interés público en ella*” (Eliades, 2015: 26).

En ese sentido, la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada en 2009 incluye el carácter de interés público de la comunicación. En su artículo N° 2 establece que:

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.

Si comprendemos que los medios masivos de comunicación cumplen una función social en tanto que son configuradores de sentido, debemos entender que es fundamental una redistribución igualitaria de los intercambios simbólicos cualquiera sea la ubicación geográfica de los ciudadanos y las ciudadanas. En esa línea, es preciso mencionar que:

El servicio público de radiodifusión constituye una organización fundamental para proveer a las sociedades modernas de una herramienta comunicacional que garantice el ejercicio del derecho a la comunicación de los pueblos (Mastrini, 2013: 7).

Al considerar la comunicación como servicio de interés público, lo que se hace es reconocer la importancia de su desarrollo para el conjunto de la ciudadanía debido a que “*si lo público es ‘lo común, el mundo propio de todos’, necesariamente ello remite a lo público como aquello que tiene que ser conocido por todos y anunciado al conjunto*” (Uranga, 2004: 8).

2.4. El rol del Estado en materia de comunicación

Teniendo en cuenta la importancia de la comunicación para el efectivo ejercicio de las democracias participativas y el desarrollo sociocultural de la ciudadanía, entendemos que es el Estado el que debe promover y garantizar la pluralidad de voces. Es pertinente señalar que existen tensiones entre:

...una concepción más restrictiva —conocida como *free speech tradition*— que sólo exige al Estado abstenerse de censurar y una mirada más amplia que emana de los instrumentos internacionales y de los sistemas de protección de derechos humanos. Desde este enfoque surgen exigencias concretas para la adopción de reglas jurídicas y políticas públicas encaminadas a fomentar el pluralismo y la diversidad de voces (Loreti y Lozano, 2012: 30).

De esta manera comprendemos que su rol no puede limitarse a no censurar, sino que debe garantizar el acceso universal a este derecho humano. Se trata de que haya igualdad de oportunidades y participación de distintas voces. Tal como menciona Owen Fiss:

El Estado limitado puede ser un instrumento para promover la libertad, pero la persecución de objetivos igualitarios requiere un ejercicio fuerte del poder estatal, incluyendo, en opinión de algunos, aquel que restringe la libertad expresiva o de opinión, como la pornografía y las expresiones de odio (...) Otros se resisten a ello (Fiss, 1997: 12).

El rol del Estado, entonces, debe ser el de promover y generar instancias de participación, discusión y debate. Además, debe actuar *“como activo vigilante para impedir cualquier manifestación que cercene su ejercicio o propicie su uso elitescos y privilegiado asentado en el poder económico, político o social”* (Graziano, 1986: 3).

Los medios de comunicación cumplen un rol fundamental. No podemos desentendernos de su función social cuando pensamos en la constitución y la reafirmación de valores, creencias y principios. Las formas que tenemos de relacionarnos y la conformación de nuestras identidades se ven atravesadas por los medios de comunicación. En ese marco, los Estados deben garantizar que *“los medios cubran ciertos eventos o presentaran ciertas noticias que, de otra manera, serían ignorados por razones económicas o de otro tipo (...) El Estado puede intervenir para promover la libertad política, aun a costa de algunos intereses comunicativos”* (Fiss, 1999: 14). Promover políticas públicas, fomentar tanto la pluralidad como la diversidad, generar instancias de participación ciudadana y garantizar las condiciones de accesibilidad, son los pilares fundamentales para materializar el efectivo

ejercicio del derecho humano a la comunicación. Se trata de una tarea que deben garantizar los Estados porque *“lo que sí es un dogma ya sostenido por varios órganos de los sistemas de derechos humanos es que la ‘mano invisible’ no garantiza pluralidad, sino todo lo contrario”* (Loreti y Lozano, 2014: 49).

3. Conocer el pasado para entender el presente

Este capítulo estará orientado en revisar las políticas comunicacionales que se desarrollaron, en primer lugar, durante los años '90 teniendo en cuenta que se trató de un período donde primó la privatización de los servicios públicos por parte del Estado, la desregulación, y la volatilidad del mercado financiero. Cabe señalar que *“a partir de aquel momento las modificaciones al sistema de radiodifusión se realizaron siguiendo las necesidades del mercado”* (Albornoz, 1999: 140). En segundo lugar, analizaremos las políticas que se desarrollaron durante los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández donde, a diferencia del período recién mencionado, hubo una fuerte apuesta por la producción y el mercado interno, el Estado tomó un rol protagónico en pos de las mayorías y se inició una etapa de recuperación de la soberanía nacional dejando atrás la matriz especulativa y financiera. En dicha etapa *“la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y el ideal de pluralidad no son reivindicados como meros derechos individuales, sino en el marco estratégico de un proyecto de sociedad con justicia social”* (Bulla, 2016: 1).

El análisis de dichos períodos permite comprender los distintos roles que ocuparon los Estados. el marco de participación ciudadana, el lugar de lo público y la promoción de políticas públicas ya sea para restringir o garantizar la comunicación como derecho humano fundamental para el desarrollo de las democracias participativas.

Que los Estados comprendan la comunicación exclusivamente como mercancía resulta altamente dañino dado que se trata de la información, de la cultura y de la memoria. En ese sentido es posible afirmar que: *“Un Estado democrático lo menos que puede hacer es regular en términos inclusivos el acceso de toda la población a fuentes variadas de información y opinión, al entretenimiento, a productos culturales, en fin, a todo lo que hoy puede ofrecer el sector audiovisual”* (Bulla, 2009: 9).

Se trata, entonces, de: revisar cuáles son los intereses que están en juego; entender las consecuencias que traen aparejadas las disputas de poder y de sentido dentro del papel que cumplen los medios de comunicación e identificar a los actores involucrados.

5 0 3 0 " G n " t q n " f g n " G u v c f q " g p " o c v g t k c

La década de 1990 estuvo signada por la presencia del capital financiero transnacional, la concentración del mercado, la incorporación de nuevas tecnologías y la privatización de *“toda empresa pública pasó a ser una razón de Estado”* (Baranchuk, 2008: 213). En ese marco, las telecomunicaciones se vieron atravesadas por *“la transferencia de prácticamente la totalidad de los principales medios de radiodifusión a nuevos agentes vinculados principalmente al mercado financiero y a los protagonistas de la convergencia tecnológica”* (Albornoz y Hernández, 2008: 259).

Cuando se caracteriza a la década de los ‘90, es muy usual mencionar que lo que sucedió fue una retirada del Estado para asignarle ese lugar al mercado. Algunos autores discutirán con esta caracterización entendiendo que no se trató de una retirada del Estado, sino que, por el contrario:

...dichos Estados se encuentran en la primera línea de batalla, generando un volumen de dispositivos, legales, en muchos casos mayor que los previos, destinados a establecer reglas de juego acordes con los intereses de los grupos oligopólicos. Así, mientras se produce una supuesta apertura hacia un hipotético libre mercado, en realidad se están sentando las bases para regular en pos de una nueva estructura de propiedad cada vez más dominada por el capital concentrado (Mastrini y Mestman, 1996: 82).

En ese sentido, de lo que se trata es de empezar a concebir estas decisiones de Estado como parte de nueva lógica en política de medios que atravesó e, inevitablemente, caracterizó a toda la década del 90.

Los medios públicos cumplen una función muy importante y fundamental en el entramado de las relaciones sociales. Deben ser garantes de la pluralidad de voces y del acceso igualitario más allá de la ubicación geográfica de la ciudadanía. Nicholas Garnham (citado en Mastrini, 2013: 32) señala que:

... la radiodifusión pública constituye uno de los intentos más serios por llevar adelante una redistribución más igualitaria de los intercambios simbólicos: su justificación radica en su superioridad para ofrecer a todos los ciudadanos, cualquiera sea su localización geográfica, igual posibilidad de acceso a una amplia gama de entretenimiento, información y educación de alta calidad, y en la posibilidad que otorga al programador de satisfacer los diversos gustos de la audiencia y no sólo aquellos que proporcionan los mayores beneficios.

Los sistemas de medios de comunicación no quedaron exentos del modelo de país que desreguló, o re-reguló, y concentró el capital. En ese sentido, Diego Rossi afirma: “*Desregulación, privatización, desmonopolización*’ fueron los principios consagrados por ley para todas las políticas públicas, y por ello las industrias culturales y las telecomunicaciones no fueron consideradas como excepción” (Rossi, 2008:235).

Tal es así que durante los años 90 el mapa de medios tuvo transformaciones considerables. Albornoz y Hernández dan cuenta de dos momentos: el primero, que va desde 1990 a 1995, caracterizado por la presencia de agentes nacionales en el mercado oligopólico y el segundo, ubicado desde 1995 hasta el 2000, caracterizado por la presencia de capitales extranjeros (Albornoz y Hernández, 2008). Como ya mencionamos, los medios de comunicación estuvieron atravesados por el modelo de país. Y, en ese sentido, si bien la ley de Radiodifusión N° 22.285 impedía la participación de empresas que tuvieran un fin distinto que el de la radiodifusión, el gobierno de Carlos Menem, a partir de la reforma del Estado (ley 23.696) en su artículo N° 65, habilitó: la participación -como licenciatarias- de empresas con otros objetivos, no sólo radiodifusión; la participación -como licenciatarias- de empresas periodísticas; la participación de empresas con más de 20 miembros; el ingreso de capital extranjero; la extensión hasta 24 licencias; la no obligatoriedad del 50 % de producción nacional en la programación.

Durante esta etapa, entonces, no sólo se privatizaron canales que se encontraban en manos del Estado, sino que, en el marco de estas políticas, se habilitó la conformación de empresas multimedia. Esto desembocó en una fuerte conformación de dos grupos concentrados: el Grupo Clarín y la sociedad Citicorp Equity Investment (CEI)-Telefónica. Es importante señalar que una de las promesas del gobierno menemista había sido entregarle canal 13 a Clarín. La reforma del Estado permitió que esa venta se efectuara sin ningún impedimento legal y, de esa manera, “*el discurso neoliberal comenzaba su reinado, y los canales en manos del Estado eran uno de sus blancos favoritos*” (Baranchuk, 2005: 19).

5 0 3 0 3 " N q u " o g f k q u " r À d n k e q u " f w t c p v g " n q u "

En este marco de concentración, transnacionalización y comercialización, ¿cuál fue el lugar de los medios públicos? ¿Ofrecieron alternativa alguna respecto al perfil de los medios privados y comerciales?

Para el año 1990 el sistema de medios públicos estaba compuesto por el Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR), integrado según la Ley de Radiodifusión por una radio y una televisora de cabecera en Capital Federal (Radio Nacional y ATC respectivamente), una estación de radio en cada provincia, las repetidoras del canal oficial de televisión y las estaciones de Radiodifusión Argentina al Exterior (RAE) (Rossi, 2008: 241).

Una serie de medidas, que serán desarrolladas a continuación, darán cuenta del perfil comercial que adoptó el sistema de medios públicos en un contexto de concentración, privatización, desfinanciamiento e ingreso de capital extranjero. Cabe insistir respecto a que:

El gobierno de Menem ya había comenzado a aplicar un modelo de reducción del gasto público y control político, que en la radiodifusión se tradujo en privatizaciones, comercialización de los medios públicos, fuertes operaciones de prensa y profusión de publicidad oficial en medios privados. (Rossi, 2008: 240)

Si bien la ley de radiodifusión vigente impedía la contratación de la publicidad comercial, a partir de los decretos 1656/92 y 2355/92, el poder ejecutivo la habilitó tanto para el Servicio Oficial de Radiodifusión como para las emisoras de Universidades Nacionales, las provincias y las municipalidades. Esta decisión, además de dar cuenta de la falta de presupuesto hacia las emisoras estatales, demuestra el carácter comercial del sistema de medios argentinos.

Con respecto a la televisora de cabecera en Capital Federal (ATC), es posible afirmar que durante esa época se desdibujó su papel en materia cultural y *“se profundizó la tendencia comercial de la televisión estatal, con la máxima preocupación de lograr sanear el déficit operativo y aumentar la audiencia, aunque ambos objetivos nunca fueron cumplidos”* (Rossi, 2008: 242).

En 1998 Argentina, a través de la Resolución SC N° 2357/98, decidió adoptar la norma estadounidense ATSC para implementar la televisión digital terrestre (TDT). No es menor mencionar la estrecha relación que se estaba generando con Estados Unidos, los índices de programación pueden dar cuenta de ello. Es posible afirmar que *“en la producción de*

contenidos el 80% de la producción es importada y se origina en la industria audiovisual norteamericana” (Postolski et al., 2003: 1).

En este punto resulta pertinente destacar que a la hora de elegir el estándar no sólo no existieron pruebas técnicas -y esto demuestra cómo la decisión gubernamental *“estuvo orientada firmemente por la estrategia de los principales radiodifusores nacionales tendente a mantener sus posiciones en el mercado audiovisual”* (Albornoz y Hernández, 2008: 272)- si no que, además, la TV Pública (emisora estatal) no tuvo ningún tipo de participación política en la toma de decisión.

En los 90, y en consonancia con el modelo económico, político y social del gobierno de Carlos Menem, el servicio público se comercializó y primó un modelo de concentración *“aggiornado para eliminar cláusulas molestas a los principales actores privados, pero sin resolver cuestiones más democratizadoras”* (Rossi, 2008: 251).

Tal como se señaló en el apartado anterior, el sistema de medios no quedó exento del modelo de país que privatizó y re-reguló favoreciendo los intereses de grupos concentrados. En ese sentido:

El sector de las comunicaciones experimentó, con una velocidad desconocida hasta entonces, la transferencia de prácticamente la totalidad de los principales medios de radiodifusión a nuevos agentes vinculados principalmente al mercado financiero y a los protagonistas de la convergencia tecnológica (Albornoz y Hernández, 2008: 259).

De manera que hubo una gran ausencia de debate público, no existieron instancias de participación ciudadana, se concentró cada vez más el capital y se expandió el sistema financiero. Estas fueron las directrices que caracterizaron a *“la intervención “menemista” sobre el sistema argentino de comunicaciones de masas”* (Albornoz y Hernández, 2008: 282).

Ante este escenario de concentración y en el marco de una grave situación económica, social y política que atravesaba a todo el país no hay que perder de vista que *“para los trabajadores y sus representantes primó la supervivencia, por sobre los deseos de llevar adelante transformaciones en las lógicas de programación”* (Baranchuk, 2008: 233).

Durante la década del '90 los medios públicos se vieron signados por un proceso de mercantilización que los vació de contenido local y de producción nacional. Como consecuencia: disminuyó el nivel de audiencia, se cercenó el alcance democrático al que deben apostar los medios de comunicación, se desarticularon las instancias de participación ciudadana y hubo un gran deterioro en las condiciones laborales de los trabajadores y las trabajadoras del sector.

3.2. Los medios públicos durante el kirchnerismo. Las políticas públicas de comunicación

Tal como se desarrolló en el apartado anterior, la década del 90 se caracterizó por una fuerte concentración del capital, una transnacionalización y una notable transferencia de ingresos de los sectores sociales más postergados hacia los más poderosos. En ese sentido, los medios de comunicación no sólo se vieron atravesados por la comercialización sino que, y como consecuencia, legitimaron y avalaron las políticas que se tomaron sin considerar a las grandes mayorías. En ese marco y teniendo en cuenta el cambio de rumbo que comenzó a tener la Argentina luego de la enorme crisis social, política y económica, Gustavo Bulla señala que:

Entender el rol cumplido por los medios de comunicación concentrados en nuestro subcontinente mientras se empobrecía a la mayoría de la población, debería ayudarnos a comprender más cabalmente por qué se han convertido en la principal trinchera opositora a las experiencias políticas populares desarrolladas a partir del nuevo siglo (Bulla, 2009: 6).

El 25 de mayo de 2003 Néstor Carlos Kirchner inició su mandato como presidente de la Nación Argentina. Con un bajo nivel de representatividad en términos porcentuales (asumió con el 22,24 % de los votos luego de que Carlos Menem renunciara a la segunda vuelta) comenzó a gestarse lo que fue un proceso de enormes transformaciones en términos sociales, políticos y económicos.

Con una concepción del Estado en tanto regulador y promotor, la nueva gestión empezaba a dar cuenta de su orientación ideológica y de la necesidad de recuperar la soberanía para comenzar a ser un país libre y con justicia social apelando -consecuentemente- a la participación social del campo popular.

En este marco de participación y de ampliación de derechos, las políticas públicas de comunicación comenzaron a tomar un rumbo distinto respecto a la etapa de los años 90. En ese sentido:

... la diversificación de las voces, la limitación de las posiciones dominantes y la creación de nuevos canales expresivos tanto desde el sector público como del sector social / popular; excede largamente su ámbito específico de actuación, formando parte de los ejes principales de la confrontación política entre los sectores que pugnan por profundizar el nuevo rumbo estatal y quienes pretenden restaurar el Estado Neoliberal (Bulla, 2009: 2).

En primer lugar, resulta fundamental dar cuenta de las medidas que se tomaron durante los tres períodos del gobierno kirchnerista. El avance fue progresivo y la disputa de poder por el rol que deben ocupar los medios de comunicación atravesó distintas etapas. Aunque Becerra y Mastrini (2016) afirmen que no hubo modificaciones significativas respecto a la concentración mediática durante la presidencia de Néstor Kirchner y entiendan que *“la primera de las tres presidencias del ciclo kirchnerista no promovió grandes cambios en el sector y convivió con los principales accionistas de los grandes grupos”* (Becerra y Mastrini, 2016: 7), resulta fundamental contraponer esa perspectiva teniendo en cuenta los siguientes avances: la creación de Canal Encuentro, primer canal público del Ministerio de Educación, que se lanzó con el objetivo principal de ser un acompañamiento de la educación escolar; la participación en el canal multiestatal TeleSur; la instalación de repetidoras de Canal Público en todo el país y la adjudicación de la frecuencia AM 530 a la asociación Madres de Plaza de Mayo (Califano, 2009). Cabe destacar que en 2005 -a través de la ley 26.053 que modificó el artículo 45 de la ley 22.285- se habilitó el acceso a licencias de radio y televisión para personas y entidades sin fines de lucro.

Además, es pertinente señalar que durante el gobierno de Néstor Kirchner hubo una articulación directa con aquellos grupos de la sociedad civil que terminaron dando origen a la Coalición por una Radiodifusión Democrática: plataforma que sentó las bases para comenzar a discutir lo que fue la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En ese sentido, hay que mencionar la mirada democratizadora y de apuesta a la participación que se promovió desde el Estado respecto al rol de los medios de comunicación.

En el año 2008, bajo la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner, se desató la llamada “crisis del campo”. A raíz de la modificación de los esquemas de retenciones para las

exportaciones agropecuarias establecidas en la resolución 125/2008 del Ministerio de Economía y Producción, se generaron masivas movilizaciones, cortes de ruta y protestas encabezadas por la Mesa de Enlace (entidad que nuclea a diversas organizaciones agrarias). En ese marco, los medios hegemónicos, encabezados por el Grupo Clarín, jugaron un papel fundamental en la formación de la opinión pública. El grupo multimedia, tal como afirma Loreti, tomó posición *“en el conflicto ‘del campo’ no sólo por razones políticas sino por sus propias inversiones en el sector, no develadas a sus lectores oyentes/televidentes”* (Loreti; 2018: en línea).

Durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner se continuaron tomando medidas contundentes respecto a los grupos de poder y, en relación con los medios públicos, se reforzó la importancia de

desplegar una política específica y compleja que vuelva al medio público, en tanto cuidadoso arquitecto del espacio público, un actor juicioso y democrático de esa instancia y pantalla privilegiada de aquellos actos de sentido que busquen la ampliación de derechos, la profundización de la libertad, la igualdad y la democracia (Taricco; s/f, en línea)

El gobierno colocó en agenda política la necesidad de contar con una ley de servicios de comunicación audiovisual para democratizar los medios de comunicación, permitir la diversidad y pluralidad de voces, y desarmar la concentración de la palabra. En ese marco, se designó al licenciado Gabriel Mariotto como nuevo interventor del COMFER (Comité Federal de Radiodifusión) y se le encargó la tarea de coordinar la tarea de los expertos que junto a él elaborarían la propuesta de ley (Baranchuk, 2011).

Para debatir y discutir acerca del contenido de la ley, durante más de un año se realizaron 24 foros en todo el país. Allí participaron universidades nacionales, organizaciones sociales, pueblos originarios, sindicatos, representantes de derechos humanos, especialistas en comunicación. Además, se habilitó, desde la página web, la posibilidad de que la ciudadanía enviara sugerencias y opiniones que aportaran a la construcción de una ley democrática, diversa, participativa y colectiva (Baranchuk: 2011).

3.2.1. Independencia económica y recuperación de la soberanía

La promoción de la educación, la diversidad y la cultura en las nuevas señales de televisión pueden dar cuenta de las profundas transformaciones que se realizaron en los medios públicos. La pantalla de los años 90 se resignificó durante este período y recuperó la soberanía a través de la producción nacional y el contenido local. Esto último se complementa con los lanzamientos de ARSAT-1 y ARSAT-2, los primeros satélites argentinos geoestacionarios de telecomunicaciones. Hechos históricos que materializaron la soberanía satelital y permitieron que nos asumamos como proveedores de servicios de satélites en el continente facilitando la exportación de contenidos audiovisuales producidos en América Latina.

Ya se ha mencionado más de una vez, pero esto último no puede comprenderse de manera aislada. Las transformaciones van en consonancia con los roles desde los que se posicionan los Estados. La propuesta de un modelo de país que desregula o re-regula, que responde al capital concentrado y que es dependiente, necesita medios de comunicación que respalden las medidas que, irremediablemente, perjudican a la población. Cuando el rumbo de país toma otro camino y asume una gestión que apuesta a salvaguardar los intereses de las grandes mayorías, el consumo interno y deja de depender de los condicionamientos y las recetas externas, también apunta a consolidar medios de comunicación, pero -en este caso- con un rol activo del Estado en pos de la participación y la democratización, con medidas regulatorias que garanticen la existencia de todas las voces.

Canal Encuentro que realizó una propuesta educativa y cultural; PakaPaka que abordó y expresó la niñez argentina y latinoamericana; IncaaTV que apostó al cine nacional; TecnópolisTV que desarrolló la ciencia y la tecnología y DeporTV que posibilitó que muchos sectores accedieran a los espectáculos deportivos, se sumaron en la grilla televisiva para acompañar a la TV Pública. En este marco cabe destacar *“las renovaciones tecnológicas que se produjeron en los equipamientos de Canal 7”* (Califano, 2015: 10).

Radio Nacional, que a lo largo de su historia adoptó distintos modelos de gestión, durante el kirchnerismo logró aumentar el nivel de audiencias, adquirió nuevas cámaras *“y transmisores de mayor potencia que reemplazaron los antiguos aparatos con los que se transmitía desde hacía muchos años”* (Califano, 2015: 10).

Télam, en tanto Agencia Nacional de Noticias, a partir del 2003 tuvo un gran crecimiento: se incorporaron nuevas tecnologías, se crearon corresponsalías y se redefinió la estrategia teniendo en cuenta la importancia de la información y la comunicación. Cabe destacar que

... los contenidos producidos llegaron a los asociados y se replicaron en cientos de medios por todo el país, y como dato adicional, cientos de miles de chicos recibieron en sus notebooks la producción de la agencia por medio de un acuerdo con el Plan Conectar Igualdad (Wischñevsky; 2018: en línea).

En 2011 el Ministro de Educación, Alberto Sileoni, y el presidente de Télam, Martín García, firmaron un convenio para que, a través el programa Conectar Igualdad, los alumnos y docentes de todo el país tuvieran acceso al servicio de noticias audiovisuales. Además, durante la gestión kirchnerista, se llevó adelante un convenio con Farco (Foro Argentino de Radios Comunitarias) para:

... que las emisoras comunitarias puedan disponer en forma gratuita del servicio de cables de TÉLAM y de sus informativos para radios y que a su vez la agencia pública utilice las producciones de las radios asociadas a FARCO para alimentar esos servicios informativos¹

A diferencia de la gestión de los '90, donde se intervino para desfinanciar la Agencia, desde el 2003 se dio un vuelco político e ideológico en línea con la función social que se propuso Télam desde sus orígenes: contar con una agencia de noticias propia para el pueblo argentino y no tener que depender de entes privados o extranjeros.

3.2.2. Sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

Tal como se mencionó en párrafos anteriores, al momento de redactar la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se asumieron algunos de los ejes (21 puntos) que se habían desarrollado desde la Coalición por una Comunicación Democrática, la asociación de agrupaciones civiles conformada en 2004. Entre ellos se destacan: contar un Estado activo,

¹ FARCO (2011, 16 de marzo). Farco y la Agencia Pública Télam firmaron hoy un importante convenio de trabajo conjunto. *Página oficial de Farco*. Recuperado en <https://www.farco.org.ar/farco-y-la-agencia-publica-telam-firmaron-hoy-un-importante-convenio-de-trabajo-conjunto/>

promotor y garante del derecho humano a la comunicación; apostar a la participación ciudadana; incentivar la pluralidad y la diversidad; regular la pauta publicitaria; asignar - democráticamente- las licencias; apostar a los sectores sin fines de lucro; entre otras. Cabe destacar que la participación de los distintos sectores de la sociedad civil fue muy importante para la evolución de la agenda de políticas de comunicación.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522) se sancionó el 10 de octubre de 2009. La misma fue producto de una decisión política por parte del Estado que promovió una gran serie de debates a través de foros que se realizaron a lo ancho y largo de todo el país porque entendió que existía una imperiosa necesidad de darle otro marco regulatorio al ejercicio comunicacional que incluyera las voces de sectores de la sociedad civil que, hasta ese momento, se habían ignorado. Acorde a los estándares internacionales en materia de libertad de expresión y a través de la autoridad de aplicación de la AFSCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) creada por la LSCA, se fomentó la pluralidad y la diversidad de voces, la libertad de expresión, el derecho humano a la comunicación y la participación en términos federales. Se dividió el espectro radioeléctrico en tres tipos de operadores asignándole un 33% de las frecuencias al sector sin fin de lucro (a medida que se fuera liberando el espectro).

El carácter mercantil que se le había dado durante mucho tiempo a la comunicación comenzaba a resquebrajarse y, poniéndole fin a una reglamentación que había surgido durante el período más oscuro de nuestra historia (ley 22.285), la apuesta por la democratización de la palabra y la pluralidad de voces empezaba a hacerse efectiva

Para comenzar a implementar esta política pública el kirchnerismo tuvo que enfrentarse con los grupos más concentrados y privilegiados por la lógica mercantil que había funcionado hasta ese entonces. El grupo Clarín, al ver afectados sus intereses, decidió judicializar la ley 26.522. Aunque no se logró la adecuación ni la desconcentración del grupo mediático, hubo un triunfo social que fue muy importante: se le quitó el manto de la credibilidad e imparcialidad incuestionable al grupo multimedia más concentrado.

Fue recién el 29 de octubre de 2013 que la Corte Suprema de Justicia de la Nación confirmó la legalidad de la ley. Tras la medida cautelar presentada por el Grupo Clarín donde se cuestionó la constitucionalidad de los artículos 41, 45, 48 y 161, se

... suspendió parcialmente la aplicación de los artículos 41, que prohíbe la transferencia de licencias y autorizaciones para prestar servicios de comunicación, y 161, que establece un plazo de un año desde la conformación de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual –AFSCA– y el dictado de los reglamentos de transición para la adecuación de los actuales prestadores a la nueva regulación (Baladron y De Charras, 2014: 39).

Cuatro años después de la sanción de la ley, se descartó que existiera una afectación de la libertad de expresión, se ratificó el carácter democratizador y, como consecuencia, quedó legalizado el cambio de paradigma en materia de regulación en la comunicación.

3.2.3. RTA: nuevo organismo de gestión de los medios públicos

A partir del artículo N° 119 de la ley 26.522, se crea Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S.E) *“que tiene a su cargo la administración, operación, desarrollo y explotación de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva del Estado nacional”*². Dentro de los objetivos y las obligaciones, el organismo de gestión se propuso: promover el pluralismo; la producción nacional, regional y latinoamericana; contribuir a la educación y a la cultura; garantizar el derecho a la información; instalar repetidoras en todo el territorio nacional; difundir las actividades de los poderes del Estado; entre otras. Asimismo, el artículo 123³ indica que se debe cumplir con un mínimo de 60% de producción propia y un veinte por ciento (20%) de producciones independientes en todos los medios a su cargo.

Los artículos mencionados, que constituyen el esqueleto del organismo, pueden dar cuenta del carácter plural que se propuso tener la gestión en el marco de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Desde el directorio de RTA S.E se desarrollaron importantes propuestas de producción audiovisual. Tristán Bauer, quien presidió RTA, afirma que:

Lo que recibimos del neoliberalismo era un sistema totalmente desmadrado, que lo podías verificar en tres aspectos fundamentales: un total desmantelamiento tecnológico -tanto a

² Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522)
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

³ Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522)
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

nivel de transmisores como de cadenas de producción, era todo una verdadera calamidad- donde cada vez que llegabas o a Canal 7 o a cualquiera de las 50 radios era un desmadre; una pérdida de audiencia absoluta y en general, salvo excepciones, muy baja calidad en los contenidos. Entonces la tarea que teníamos por delante era enorme y con el directorio de Radio y Televisión Argentina nos pusimos en la tarea de reconstrucción (Deza; 2018: en línea).

En ese sentido, se decidió avanzar en esos tres frentes: se cambiaron retransmisores en las radios; Canal 7 pasó a ser el canal más importante de Sudamérica a nivel tecnológico; se implementó la televisión digital y la televisión satelital:

Aunque el presupuesto nacional hacia los medios públicos ha ido aumentando desde la asunción de Néstor Kirchner, alcanzando los 142 millones de pesos en el año 2007 (*ibídem*), se han necesitado partidas “extra” para implementar una serie de mejoras. Entre ellas hay que destacar las renovaciones tecnológicas que se produjeron en los equipamientos de Canal 7 y Radio Nacional (Califano, 2015: 10).

En ese marco, la creación de PakaPaka tuvo como propósito ofrecer un contenido local e identitario tanto para la recreación como para la formación de la niñez. Fútbol para Todos resultó ser una gran conquista: los televidentes dejaron de ver a las tribunas en los partidos y el deporte pasó a ser un espectáculo accesible para todos y todas. Canal Encuentro cumplió una función muy importante a nivel cultural y educacional. En Radio Nacional hubo un aumento del ingreso presupuestario y una mejora a nivel estructural. Se incorporó a la programación la temática de género y también la de derechos humanos. Además, se llevaron adelante programas sobre los pueblos originarios y sobre la realidad latinoamericana. El servicio informativo federal se realizó en colaboración con el resto de las emisoras que forman parte de la cadena de Radio Nacional (Espada, 2016).

La propuesta de RTA S.E tuvo que ver con la necesidad de recuperar el contenido local y nacional, y con la importancia de promover el interés hacia la cultura, la educación y la identidad. Todos estos avances se dieron en el marco de una mejora en las condiciones laborales y con la convicción de desarrollar y disputar el sentido democrático que deben tener los medios de comunicación.

4. Cambiemos

El 10 de diciembre de 2015 asumió Mauricio Macri como presidente de la Nación Argentina. Con el 51.34 % de votos en la segunda vuelta, se posicionó por encima de Daniel Osvaldo Scioli, candidato por el Frente para la Victoria. De esta manera comienza una etapa donde, por primera vez en la historia argentina, los sectores dominantes del capital logran acceder al control del Estado con partido propio, electos democráticamente.

Es necesario comprender y caracterizar la matriz ideológica bajo la que se constituyeron estos sectores de poder. A diferencia del período que fue desde 1976 al 2001 donde el bloque que sustentó el patrón de acumulación basado en la especulación financiera tuvo como fracción hegemónica a los grupos económicos locales, bajo la gestión de Cambiemos ese lugar fue ocupado directamente por el capital extranjero constituido por los bancos transnacionales y por las empresas extranjeras. Es por ello que:

...no es dable esperar de la misma sino políticas de corte netamente ortodoxo cuya aplicación estará signada de conflictos sociales que no solamente tendrán como protagonistas a los sectores populares que buscan disciplinar sino también a otros dentro del mismo bloque de poder e incluso dentro de la fracción hegemónica (CIFRA, 2016: 18)

Con el gobierno de Mauricio Macri se inició un ciclo de transformaciones en términos políticos, sociales, culturales y económicos que desplazó al Estado como garante y promotor y colocó el destino de la ciudadanía al servicio de la volatilidad del mercado. Se produjo un desguace de lo público y se profundizan las desigualdades estructurales. Cabe destacar que *“un nuevo patrón de acumulación de capital requiere de una modificación de la forma del Estado que altere las características de la intervención económica que se habían desplegado”* (CIFRA, 2016: 18).

La situación política, económica y social bajo el gobierno de Mauricio Macri se fue agravando año tras año. El gobierno de Cambiemos comenzó a tomar medidas drásticas con el propósito de transformar las bases que se habían desarrollado durante el kirchnerismo e impulsó otro modelo de país. Promovió otro modelo de Estado.

Bajo la necesidad de legitimar los despidos masivos en el sector público, desde la gestión de Cambiemos, se desplegaron elementos discursivos como “grasa militante” o “ñoquis” del Estado. Un enorme porcentaje de trabajadores y trabajadoras quedó sin su fuente laboral. Lo que durante el kirchnerismo significó una inversión, en Cambiemos pasó a formar parte del gasto.

En mayo de 2018, luego de una corrida cambiaria donde el dólar superó los 23 pesos, el por entonces Presidente de la Nación, Mauricio Macri, decidió contraer deuda pidiéndole un préstamo al Fondo Monetario Internacional (FMI). El FMI -además de ser una sigla que resuena en el imaginario social bajo significantes como deuda, dependencia económica, ajuste, desazón y pobreza- retrotrae a los momentos más oscuros de la historia argentina. De mayor empobrecimiento y entrega del país. Si bien, según el discurso oficial, la decisión tuvo que ver con la necesidad de constituir bases sólidas⁴ para el crecimiento de la Argentina, en términos reales lo que generó fue una profundización de las desigualdades estructurales y enormes consecuencias en el plano político, social, económico y cultural. Aumentó la pobreza y el desempleo; disminuyó el poder adquisitivo; subieron de manera exponencial las tarifas de los servicios de luz, agua y gas, así como también los productos de la canasta básica.

En un marco de ajuste, empobrecimiento y limitación de acceso a derechos básicos, también se vio restringida y amenazada la participación social. El gobierno de Mauricio Macri, bajo una mirada restrictiva de las movilizaciones, legitimó la criminalización hacia los manifestantes. A partir de las acciones concretas es posible dar cuenta de la perspectiva que sostuvo Cambiemos sobre la participación social en el espacio público. Durante la gestión se llevaron a cabo operativos desde las fuerzas de “seguridad” que atropellaron a la ciudadanía en sus dimensiones cívicas, políticas y sociales. Un claro ejemplo para mencionar puede ser el operativo desatado el 14 de diciembre de 2017 donde tras una fuerte represión en el marco de la movilización que se realizaba contra la reforma previsional, desde la Cámara de Diputados se debió suspender la sesión⁵ debido a la feroz represión desencadenada en las

⁴ Redacción Infobae. (2018, 11 de junio). Mauricio Macri: “El acuerdo con el FMI es histórico para la Argentina. *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/politica/2018/06/11/mauricio-macri-el-acuerdo-con-el-fmi-es-historico-para-la-argentina/>

⁵ Redacción Nodal. (2017, 14 de diciembre). Argentina: suspenden la sesión por la reforma previsional y jornada de represión en Buenos Aires. *Nodal*. Recuperado de

afueras del Congreso. Episodios similares se repitieron en distintas movilizaciones realizadas en contra de las medidas de ajuste y empobrecimiento del gobierno de Cambiemos.

Es posible afirmar que, a diferencia del período kirchnerista donde hubo una fuerte resignificación del espacio público como escenario de lucha, disputa y conquista de derechos, durante el gobierno de Mauricio Macri se desataron enormes represiones con el propósito de paralizar y disciplinar el ejercicio ciudadano de la participación.

Aquellas directrices que durante 12 años fueron el motor para llevar adelante un desarrollo social, político y económico en pos de los intereses colectivos, durante el gobierno neoliberal de Mauricio Macri comenzaron a ser las variables de ajuste.

En diciembre de 2015 a partir de la intervención en la AFSCA y la AFTIC -medida que se desarrollará en los párrafos que siguen- el cambio de paradigma en materia comunicacional que se había gestado durante el kirchnerismo comenzó a tomar otro rumbo. Los intereses de la fracción más concentrada del capital son contrapuestos a la democratización de los medios, la pluralidad de voces y la apuesta hacia la diversidad cultural.

Este capítulo tendrá como propósito desarrollar las decisiones comunicacionales del gobierno de Cambiemos que, en consonancia con la matriz ideológica y el modelo económico, político y social, llevó adelante modificaciones sustanciales de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual; desguazó la soberanía satelital; realizó un sistemático vaciamiento en los medios públicos; despidió a trabajadoras y trabajadores. Si un modelo económico que ajusta y toma decisiones que van en contra de los intereses de las grandes mayorías pretende ser viable por un período determinado, necesita medios de comunicación que respalden dichas acciones.

4.1. La ley de medios SÍ se toca

El segundo día de gestión macrista inició con la publicación en el Boletín Oficial del DNU (Decreto de Necesidad y Urgencia) N° 13/15 que crea el Ministerio de Comunicaciones a cargo de Oscar Aguad quien, al hablar de la LSCA, aseguró que fue creada para “*aniquilar*

<https://www.nodal.am/2017/12/argentina-suspenden-la-sesion-por-la-reforma-previsional-y-jornada-de-represion-en-buenos-aires/>

medios de comunicación, como por ejemplo el Grupo Clarín y afirmó que la mejor solución sería que los medios compitan libremente en el mercado” (Larcher; 2015: en línea).

A pesar de la gran concentración que se llevó adelante en la Plaza del Congreso como rechazo a la medida -bajo la consigna “La ley de medios NO se toca”- semanas más tarde, el 23 de diciembre de 2015, con el DNU 236/2015 se dispusieron las intervenciones de la AFSCA y la AFTIC (Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones). El poder ejecutivo estableció el cese de funciones de los respectivos directorios porque, en palabras del entonces Ministro de Comunicaciones, Oscar Aguad, “*existe una rebeldía por parte de las autoridades para atenerse al nuevo régimen*”⁶. Nombró a dos interventores por un plazo de 180 días prorrogable y, de esta manera, se modificó de forma parcial la LSCA.

Las transformaciones más sustanciales de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se produjeron con el DNU 267/15. El artículo N° 1 creó el ENACOM (Ente Nacional de Comunicaciones), autoridad regulatoria directamente controlada por el Poder Ejecutivo Nacional, y -por defecto- derogó los artículos de la LSCA que referían a la AFSCA. A saber: artículos 10, 11, 13, 14, 15 y 16. A su vez, el artículo 13 del DNU modificó el inciso e) del artículo 25 de la LSCA que establecía la imposibilidad de que personas de existencia ideal pudiesen constituir fideicomisos sobre sus acciones sin autorización de la autoridad de aplicación. Se sustituyó el artículo 40 por el 15 y se estableció que las licencias serán susceptibles de una primera prórroga por 5 años que será automática ante el pedido del ENACOM. Al sustituir dicho artículo también se eliminaron las instancias de audiencias públicas previas al otorgamiento de la prórroga. De esta manera se anuló un mecanismo de participación ciudadana.

Es importante destacar que, tal como se señaló en el capítulo anterior, tanto el artículo 41 como el 45 de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fueron declarados constitucionales por la Corte Suprema de Justicia de la Nación. Sin embargo, también se modificaron. El artículo 16 del DNU sustituyó el artículo 41 y habilitó la transferencia de licencias a licenciatarios privados con fines de lucro. El mismo estableció que la transferencia de licencias debe solicitarse ante el ente y, una vez presentado el pedido, si el organismo no

⁶ Redacción Télam. (2015, 23 de diciembre). Aguad explicó por qué se interviene AFSCA Y AFSTIC. *Télam*. Recuperado de <http://www.telam.com.ar/notas/201512/130986-intervencion-afsca.html>

lo rechaza expresamente dentro de los 90 días de comunicado, la transferencia se considerará aprobada de manera tácita. Se trata, de esta forma, de un reinicio automático de licencias. A su vez, el artículo 17 sustituyó el 45 de la LSCA permitiendo la amplitud de la multiplicidad de licencias: las elevó de diez a quince.

La TV por cable, al ser considerada como servicio de telecomunicaciones, dejó de estar regulada por la ley 26.522. Esta decisión derogó indirectamente los artículos 65 en materia de TV por cable y el 67. Mientras el primero hace referencia a contenido y la grilla de la programación diaria, el segundo refiere a la cuota de pantalla del cine y artes audiovisuales nacionales.

En relación a las medidas antimonopólicas que se encontraban contempladas en la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, a través del DNU 267/15 se decidió derogar: el artículo n° 161 sobre las condiciones y exigencias de adecuación a la norma; el artículo n° 45 sobre las prácticas de concentración indebida; y el artículo n°73 que establecía que los prestadores de servicios de radiodifusión dispongan de un abono social ya que lo que se pretendía era *“que todos los habitantes tengan acceso a los servicios de radiodifusión y comunicación audiovisual”*.

En el desarrollo del decreto argumentaron las medidas tomadas bajo la necesidad de aprovechar los beneficios de la convergencia tecnológica y favorecer la competencia en el proceso de mercado. Además, el DNU remarca que ni la ley SCA ni la ley Argentina Digital contemplan:

...elementos fundamentales de la realidad actual de la industria de los medios y las telecomunicaciones, y alejan al país de la frontera tecnológica del sector, generando distorsiones en la competencia, costos significativos para el interés general y perjuicios para los usuarios y consumidores

Fue así como, bajo el pretexto de la modernización y con el discurso tanto de la apuesta hacia la convergencia como de la promoción de la competencia, el gobierno de Mauricio Macri justificó y llevó adelante todas estas medidas antipluralistas. En la misma línea Gustavo Bulla señala que *“el planteo del atraso tecnológico es una de las coartadas preferidas de los*

gestores neoliberales para profundizar la concentración de la propiedad y restringir el derecho a la comunicación” (Bulla, 2016: 27).

El gobierno de Cambiemos lejos de profundizar el cambio de paradigma comunicacional que se había gestado durante el kirchnerismo, impulsó el desarrollo del mercado financiero, la concentración y la necesidad de atraer inversiones. Bajo el discurso de la convergencia establecieron reglas para favorecer a los actores más dominantes:

“Es una ley que nació vieja” se dijo, en referencia a que sólo se centró en regular los servicios audiovisuales y dejó de lado otros servicios de tipo convergente. Quienes trajinaron este argumento tan atractivo como falaz, saben perfectamente que el regular una materia como la referida encuentra en el magma infinito de innovaciones tecnológicas una de sus mayores dificultades a mediano plazo (Bulla, 2016: 29).

En julio de 2017 se anunció la *“megafusión de Cablevisión y Telecom, la mayor de la historia de las comunicaciones en América Latina”* (Becerra y Mastrini; s/f: en línea). Además, durante julio de 2018, el proyecto de la Ley de Fomento de despliegue de infraestructura y competencia TIC (más conocida como Ley Corta) obtuvo media sanción en la Cámara de Diputados. La misma propone que Telefónica y Claro puedan brindar servicios convergentes de cuádruple play. Es decir que autoriza a las telefónicas a brindar TV Satelital.

Cabe destacar que en el artículo 28 del DNU 267/15, el PEN crea una Comisión para la Elaboración del Proyecto de Ley de Reforma, Actualización y Unificación de las Leyes Nros. 26.522 y 27.078. Lejos de tratarse de un desarrollo plural y participativo, a lo largo del 2016 se realizaron 20 reuniones *“exclusivamente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, sin una temática sobre la cual trabajar y solo con invitación previa de la Comisión. Casi el 40% de las participantes fueron entidades empresariales”*⁷. Además, bajo el hashtag #SumáTuAporte⁸ se convocaba a cualquier persona a que enviara una opinión acerca del tratamiento de la ley pero los mensajes no podían superar los 300 caracteres. Ese fue el escaso margen de participación ciudadana.

Luego de una serie de prórrogas que dilataron el tratamiento de dicho proyecto, el 28 de marzo de 2017 el Ministerio dictó la resolución 601/17 que dio por terminado el trabajo de la

⁷ Redacción CELS.(2018, 4 de enero). ¡Feliz cumpleaños ENACOM! *Cels*. Recuperado de <https://www.cels.org.ar/web/2018/01/feliz-cumpleanos-enacom/>

⁸ Redacción CELS.(2018, 4 de enero). ¡Feliz cumpleaños ENACOM! *Cels*. Recuperado de <https://www.cels.org.ar/web/2018/01/feliz-cumpleanos-enacom/>

Comisión. El 17 julio de 2017, luego de 18 meses de su creación, mediante el DNU 513/2017 se disolvió el Ministerio de Comunicaciones y se reubicaron las funciones en el Ministerio de Modernización. Meses más tarde, el 27 de diciembre, se volvió a dictar otra prórroga y la apertura a consulta de los proyectos, de los documentos preliminares y de la documentación surgida del proceso de la Comisión⁹.

En diciembre de 2018, bajo la resolución 131 de la Secretaría de gobierno de Modernización, se dispuso una nueva prórroga:

por un plazo de UN (1) año, contado a partir de la publicación de la presente, o de NOVENTA (90) días hábiles, posteriores a la sanción definitiva del proyecto de Ley de Fomento de Despliegue de Infraestructura y la Competencia de Servicios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICS), lo que suceda primero, del proceso de análisis para la elaboración y la publicación de un anteproyecto definitivo de ley de reforma, actualización y unificación de las Leyes N° 26.522 y 27.078, para ser elevado al Poder Ejecutivo Nacional

Si bien en dicha resolución remarcan el carácter de transparencia y la necesidad de garantizar “*la más amplia libertad de prensa, el pluralismo y el acceso a la información*”, la gestión de Cambiemos jamás efectivizó la ley de Comunicaciones Convergente.

4.2. La comunicación como mercancía

Luego de haber mencionado las decisiones y las medidas que llevó adelante el gobierno de Mauricio Macri, es fundamental caracterizar de qué manera, este bloque de poder concibe a la comunicación.

Además de intervenir con tres Decretos de Necesidad y Urgencia la ley más discutida y debatida a nivel nacional, el gobierno de Cambiemos llevó adelante un desguace de la soberanía satelital. En el año 2017 Arsat firmó un preacuerdo con la empresa norteamericana Hughes con el objetivo de crear una nueva empresa llamada “Newco”, cuyo paquete accionario quedaría en un 51 por ciento en manos de Hughes. El propósito era utilizar ARSAT - 3 y brindar servicios de banda ancha satelital sobre la Argentina desde posiciones

⁹ Redacción CELS.(2018, 4 de enero). ¡Feliz cumpleaños ENACOM! *Cels*. Recuperado de <https://www.cels.org.ar/web/2018/01/feliz-cumpleanos-enacom/>

orbitales asignadas al territorio nacional. Si bien no se efectivizó dicho acuerdo, según indica la ley de Desarrollo de la Industria Satelital n° 27.208 Arsat debe mantener actualizado el ‘Plan Satelital Geoestacionario Argentino 2015-2035’, a cuyos efectos, la citada empresa procederá a su revisión en períodos no superiores a tres (3) años por lo que Arsat-3 en 2019 debía operar en la posición orbital 81 Oeste. En ese marco, para evitar que la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) le quite los derechos de uso de la banda Ka en la posición orbital 81 Oeste, Arsat acordó pagarle 7 millones de euros a la empresa SES por un satélite que ya superó su vida útil. Es importante señalar que:

No es la primera vez que el Estado Nacional firma un acuerdo con una multinacional para alquilar un satélite destinado a reservar una posición orbital. Mientras se construían el Arsat 1 y 2, los gobiernos de Néstor Kirchner y de Cristina Fernández de Kirchner firmaron varios convenios de ese tipo con Intelsat y SES, pero en aquellas ocasiones había un plan satelital en marcha. Ahora, en cambio, se gana tiempo aunque no termina de quedar claro cuál es el plan, si es que lo hay (Krakowiak; 2019: en línea).

Si bien el anteproyecto no se concretó, tampoco se decidió avanzar con la creación de Arsat - 3. De esta manera se dejó a un lado la apuesta por la soberanía satelital que había facilitado la exportación de contenidos audiovisuales producidos en América Latina.

El 2 de diciembre de 2016, a partir del decreto 1222/16 se creó el Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos (SFMycP) que tiene por objeto:

la gestión, operación, desarrollo y explotación de las señales ENCuentro, PAKA PAKA y DEPORTV, ACUA MAYOR y ACUA FEDERAL y de todas aquellas señales que las reemplacen y/o en el futuro se creen dentro de dicha sociedad, así como la administración del Polo de Producción Audiovisual y del acervo del BANCO AUDIOVISUAL DE CONTENIDOS UNIVERSALES ARGENTINO (BACUA)

De esta manera, el organismo a cargo, en ese entonces, de Hernán Lombardi, colocó a las señales de PakaPaka y Canal Encuentro, que pertenecían al Ministerio de Educación, bajo la órbita del SFMycP. Es fundamental remarcar el abandono, el recorte presupuestario y, como consecuencia, la apuesta hacia la mercantilización de la comunicación que se llevó adelante bajo la gestión de Mauricio Macri. El primero de octubre de 2018 Cablevisión eliminó del servicio básico la señal de PakaPaka. A partir de ese momento sólo podían acceder a esa

pantalla quienes tuvieran acceso la grilla digital. Cabe destacar que según cifras brindadas por Cablevisión *“del total de 3,4 millones de abonados que tiene Cablevisión, sólo el 45 por ciento posee servicios digitales. Es decir: cerca de 2 millones de hogares no podrán tener más la posibilidad de ver Pakapaka”* (Respighi; 2018: en línea). En tanto, Canal Encuentro, aunque aún continúa en el paquete básico, pasó de la ubicación 19 en la grilla de programación de Cablevisión a la 64. La decisión que tomó Cablevisión con ambos canales fue en consonancia con la promoción del modelo mercantil que promovió la gestión de Cambiemos. Que Cablevisión haya eliminado del paquete básico al canal que abordó y expresó la niñez argentina y latinoamericana como lo hizo PakaPaka y, además, haya cambiado de ubicación en la grilla al primer canal creado por el Ministerio de Educación como lo es Canal Encuentro, tiene que ver con la necesidad de correr del mapa de medios a aquellas señales que promueven la pluralidad y diversidad cultural porque lo que sucede en este nuevo paradigma es que *“los canales abandonaron la lógica educativa-cultural para adquirir una comercial”* (Respighi; 2018: en línea).

La Televisión Pública, Radio Nacional y la Agencia Nacional de noticias Télam también se vieron atravesadas por un sistemático plan de ajuste y vaciamiento. Si bien los casos se analizarán con mayor profundidad en los próximos capítulos, resulta pertinente mencionar de qué manera la gestión de Mauricio Macri afectó el desarrollo de los medios públicos.

En la TV Pública se dejaron de cubrir eventos de gran magnitud; se eliminó el noticiero de los fines de semana; el ranking pasó de un 2.8 en 2015 a 0.9 en 2018 (Becerra y Schejtman; 2018: en línea) y en los últimos años los trabajadores no tuvieron aumentos salariales (Respighi; 2018: en línea). En Radio Nacional también hubo un gran vaciamiento de contenido; el ranking pasó de 7 a 1 en un rango de 2 años -del 2015 al 2017- (Becerra y Schejtman; 2018: en línea) y atravesaron graves conflictos salariales. El caso de la Agencia Nacional de noticias Télam es emblemático: el 26 de junio de 2018 el por entonces titular del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos, Hernán Lombardi, a través de su cuenta oficial de Facebook¹⁰, comunicó y justificó los despidos de 354 empleados de la agencia (40% del total de los empleados). Luego de meses de lucha, asambleas y jornadas de resistencia, la Justicia Laboral falló a favor de la cautelar presentada por los trabajadores y

¹⁰ Posteo de la cuenta Oficial de Hernán Lombardi
<https://www.facebook.com/hernansantiagolombardi/posts/1412099168890008>

las trabajadoras y exigió la reincorporación inmediata de los trabajadores. Sin embargo, tal como afirman desde el Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBA), *“el gobierno, a través del operador presidencial Juan José Etala, intentó revertir el sentido final de las sentencias pendientes (153 casos), a través de una modificación reglamentaria a medida de los los intereses de la Casa Rosada”*¹¹.

El gobierno de Cambiemos, lejos de salvaguardar el derecho humano a la comunicación, veló por los intereses de unos pocos y garantizó la concentración mediática. En el marco de un plan sistemático de ajuste, empobrecimiento y retroceso social, las decisiones en cuanto a las políticas comunicacionales ocuparon un lugar central. Intervenir la ley más discutida en democracia -como lo fue la 26.522-; eliminar las instancias de participación ciudadana; vaciar las grillas de programación de contenido nacional y local atentando contra el desarrollo cultural; desproteger los emblemas de soberanía satelital; despedir a trabajadores y trabajadoras del sector; congelar las paritarias y promover los despidos voluntarios, son medidas que pueden dar cuenta de cuál es la perspectiva que tuvieron respecto al rol que debe cumplir la comunicación. Visión que va en consonancia con los intereses económicos, políticos y sociales que defiende un gobierno neoliberal.

¹¹ Comunicado de SiPreBA. (s/f). *Agencia Télam: para lxs trabajadores, justicia*. SiPreBA. Recuperado de <http://www.sipreba.org/notas/agencia-telam-para-lxs-trabajadorxs-justicia>

5. ¿Extinción de los medios públicos? Vaciamiento como política comunicacional

Tal como se desarrolló en capítulos anteriores, los medios públicos se vieron atravesados por las políticas de ajuste y retroceso del gobierno de Mauricio Macri. En consonancia con la matriz ideológica, los despidos y los retiros voluntarios; el congelamiento de las paritarias; el vaciamiento de contenido nacional y local fueron las nuevas directrices de los medios bajo la gestión de Cambiemos.

El 5 de diciembre de 2016 se creó la empresa Contenidos Públicos S.E dentro de la órbita del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos. Allí se transfieren las señales de Encuentro, PakaPaka y DeporTV, hasta entonces administradas por Educ.ar.

Bajo la esfera del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos presidida en ese entonces por Hernán Lombardi, los canales y las señales públicas atravesaron un sistemático ajuste que fue en consonancia con el modelo político, económico y social que propuso la gestión de Cambiemos.

Las decisiones en materia de comunicación no hicieron más que favorecer los intereses de los grupos más concentrados. Por un lado, y tal como afirma Víctor Taricco, ex subgerente de la TV Pública, *“este gobierno no necesita canales públicos porque tiene grandes acuerdos con los grandes medios de comunicación”* (Cornejo, 2018) pero, además y en relación con lo anterior, el propósito de Cambiemos fue desdibujar el rol que debe cumplir la comunicación en el entramado socio-cultural. Es decir, el paradigma comunicacional propuesto por la gestión de Mauricio Macri en lugar de promover el carácter democrático para, con ello, ayudar a afianzar los lazos comunitarios y colectivos dentro de las sociedades, tendió a resaltar una lógica mercantil que fue en detrimento de la comunicación entendida como derecho humano.

Cabe destacar que, durante la gestión de Hernán Lombardi, en línea con las medidas de ajuste y achicamiento en el Estado que comenzó a aplicar el gobierno nacional de Mauricio Macri, se decidió contratar a una consultora para que llevara adelante los retiros voluntarios y las jubilaciones anticipadas sobre los trabajadores y las trabajadoras del sector. En ese sentido el documento que circuló por los despachos, en ese momento, oficiales no utilizaba palabras como despidos o ajuste (Genoud; 2017: en línea) pero sí comprende cuáles son los propósitos

de dicha consultora: *“Que se facilite la jubilación del personal de los medios públicos y se minimice el impacto del ajuste sobre la plantilla sobreviviente de RTA”* (Genoud; 2017: en línea).

Además, es necesario señalar que en términos de fondos destinados para medios estatales hubo un desfinanciamiento: se efectuó un recorte en las asignaciones del Presupuesto Nacional definidas por el Ejecutivo las cuales representan un 75% (2018) y 79% (2016) de los ingresos de la TV Pública y Radio Nacional. Se puede constatar una caída en términos reales ya que en 2016 el ingreso de RTA aumentó un 28,6% pero la inflación en ese mismo período fue, según el IPC del INDEC, del 41%; en 2017 aumentó un 5% mientras que la inflación lo hizo un 26,1%; en 2018 la suba fue de 19% pero la inflación aumentó un 47,6 % (Linares; 2019: en línea).

Las medidas de vaciamiento que, durante la gestión de Cambiemos, ocuparon un lugar protagónico en materia de comunicación atentan contra la libertad de expresión y, en definitiva, fueron en contra del derecho humano a la comunicación.

5.1 Análisis de casos

Este capítulo tiene como propósito analizar la situación que atravesaron cada uno de los medios públicos para comprender de qué manera las decisiones del gobierno de Mauricio Macri condicionaron el ejercicio del derecho humano a la comunicación, perjudicaron la labor de los y las trabajadoras y trabajadores del sector y atentaron contra la participación ciudadana. Para los casos de la TV Pública, Radio Nacional y Télam el abordaje será desde la perspectiva de los trabajadores y las trabajadoras. En el caso de las señales de Canal Encuentro, PakaPaka y DeporYV, la mirada estará puesta en el desmantelamiento a través de los testimonios de los ex directivos. Se trata, por un lado, de identificar y reconocer los distintos mecanismos de resistencia que impulsaron los y las trabajadoras para defender su oficio. En ese marco resulta interesante analizar cómo los funcionarios de Cambiemos intentaron implementar distintas estrategias para desarticular la organización de las y los trabajadores del sector. Pero, además, y con respecto a Canal Encuentro, PakaPaka y DeporTV, es interesante dar cuenta cómo las señales que se habían creado con el propósito

de ampliar y dar cuenta de la diversidad de voces, miradas y perspectivas, durante la gestión de Cambiemos sufrieron un desmantelamiento y fueron corridas del mapa de medios.

5.1.1 La TV Pública

La Televisión Pública tuvo su primera transmisión el 17 de octubre de 1951-aniversario del Día de la Lealtad Peronista- y, bajo el discurso de Eva Duarte de Perón, se dio inicio a la programación en la señal por entonces llamada LR3 Radio Belgrano Televisión. Desde esa fecha a esta parte, la TV Pública ha atravesado diversos contextos sociopolíticos y se ha visto condicionada por las políticas comunicaciones que se implementaron a lo largo de los distintos años.

Con el inicio de la gestión de Mauricio Macri y bajo la administración directa de Hernán Lombardi, se llevaron adelante medidas de ajuste, vaciamiento y desmantelamiento que atentaron contra el desarrollo democrático del medio.

Si bien durante la gestión macrista en la grilla de la página oficial de la Televisión Pública figuraba que el noticiero -además de ser federal, inclusivo, plural y dinámico donde todas las voces son representadas- tenía *“coberturas especiales y flashes durante todo el día, los siete días de la semana”*¹², lo cierto es que a partir de enero de 2018 el canal dejó de transmitir el noticiero durante los fines de semana. Desde el directorio de medios y contenidos públicos aseguraban que *“nosotros les propusimos, dentro del convenio de periodista, un reacomodamiento de horarios. Que algunos trabajen de lunes a jueves y otros de miércoles a domingo, como suceden en todos los canales”* (Respighi, 2018: en línea). Ocurre que el reacomodamiento de horarios no contemplaba el pago de horas extras por trabajar los fines de semana. A partir el 12 de enero de 2018 se tomó la decisión de que el área informativa cerraría a las 20:00 hs de los viernes y volvería a abrir a las 06:00 hs de los lunes. Hubo una reducción horaria de noticias informativas que fue de 30 a 18 horas semanales. Este apagón informativo impidió las coberturas por personal del canal de eventos significativos como el G20; las elecciones presidenciales de Brasil; la inauguración de los Juegos Olímpicos de la Juventud; la final de la Copa Libertadores entre Boca y River; el anuncio de la fórmula presidencial “Fernández-Fernández”. Cabe destacar el uso electoralista que tuvo la pantalla

¹² Grilla de programación - Página Oficial de la TV Pública
<https://www.tvpublica.com.ar/grilla>

estatal: a partir del cierre de listas para las elecciones de 2019, los funcionarios de Juntos por el Cambio tuvieron un gran protagonismo en el canal. Según un informe realizado por el investigador del Conicet y Magister en Industrias Culturales Ezequiel Rivero, de 29 segmentos informativos el oficialismo fue protagonista de casi el 70%, mientras que el Frente de Todos que encabezan Alberto Fernández y Cristina Fernández de Kirchner apenas superó el 15%. Además, según el mismo informe, sobre 52 videos publicados por la TV Pública en sus canales oficiales tras el cierre de listas, entre el 24 y 25 de julio, es posible afirmar que

Las más de 11 horas de video subidas a internet por el canal oficial en las que interviene algún candidato o funcionario del Gobierno muestran que casi el 90% del tiempo se distribuye entre 39 referentes del frente oficialista Juntos por el Cambio (Rivero; 2019: en línea).

Bajo la consigna #MenosNoticiasEsCensura los trabajadores y trabajadoras publicaron una serie de piezas gráficas para dar cuenta de lo que significaba que no hubiera cobertura de los hechos más significativos. La decisión de eliminar programación y repetir contenido comenzó a reflejarse en la baja del nivel de audiencia: mientras en 2015 el canal contaba con 2 puntos de rating, para fines de 2018 el mismo había bajado a 0.9.

En esa línea, Ariel Magirena, trabajador de la TV Pública hace 25 años, entiende que el vaciamiento llevado adelante por la gestión de Cambiemos significó:

Una falta de respeto a la sociedad, al espectador que está esperando algo que la televisión pública no le da como una rebaja tan grosera en la calidad de lo que ofrece la pantalla que eventualmente se ha vuelto invisible: la tv pública hoy tiene programas de rating 0. (Ariel Magirena, *periodista TV pública – Entrevista realizada para esta tesina*).

En esa línea es posible afirmar que la Televisión Pública sufrió una merma de producción propia. Sin ir más lejos, el 21 de enero de 2016, el gobierno de Mauricio Macri estableció que desde el medio se dejarían de emitir los partidos de fútbol de la primera división. Dicha decisión sumada las que detallamos más arriba generaron una severa

Caída del 40% en el rating de Canal 7 entre 2015 y 2016. En un contexto de caída generalizada del encendido de la TV abierta, durante 2017 el canal estatal consolida su mal momento y se convierte en la emisora que más audiencia pierde ese año (Rivero; s/f: en línea).

Bajo el discurso de la austeridad, el directorio comandado en ese entonces por Hernán Lombardi justificó el sistemático vaciamiento que conllevó despidos y retiros voluntarios en tanto que “se tomó la decisión de designar ad honorem al directorio y eliminar su planta de asesores, logrando un ahorro anual de 48 millones de pesos”¹³. Así fue como el ajuste hacia el medio público también comenzó a reflejarse en la reducción del personal. Además, una de las primeras medidas tuvo que ver con la eliminación de los columnistas de los noticieros del canal. Fueron corridos de la pantalla especialistas en temáticas que atañen a la juventud, al rol de las mujeres en la sociedad, a la tecnología, a la integración latinoamericana el análisis crítico de la política y la economía, las denuncias contra la violencia institucional o el impulso a la salud pública (Taricco; 2016: en línea).

Ariel Magirena remarcó que durante la gestión de Cambiemos “tuvimos una reducción horaria, salarial de la violación de los convenios (...) no se cubría la realidad que estaba más allá de 49 km que es cuando tienen que comenzar a pagar viáticos”. El trabajador también denunció que el vaciamiento estuvo acompañado por la censura y la persecución a los trabajadores y trabajadoras. Está convencido de que lo que ocurrió fue un “verdadero terrorismo informativo”.

El plan de austeridad, al parecer, fue selectivo: no se invirtió en equipos tecnológicos ni en la producción de contenido, además los trabajadores y las trabajadoras estuvieron desde el 2016 con paritaria cero. Así y todo:

El gobierno se ocupa de que los funcionarios sean enormemente ricos, los salarios de los funcionarios se equipan a los salarios de la tv privada y está bien porque son parte de un enorme negocio, lo que está mal es que en oposición a esto los trabajadores seamos los sometidos al ajuste. (Ariel Magirena, periodista TV pública – Entrevista realizada para esta tesina).

También considera que, de todos los años que lleva trabajando en el medio, la administración de Cambiemos fue la que la que peor ha tratado a los trabajadores y trabajadoras de prensa porque “el maltrato no solamente se ejecuta desde la censura, desde la persecución o desde el maltrato personal a los trabajadores sino en el hecho de negarnos la posibilidad de

¹³ “Hacia una Televisión Pública Argentina sustentable, moderna y transparente” Comunicado Oficial

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/hacia-una-television-publica-argentina-sustentable-moderna-y-transparente>

trabajar para aquello para lo que nos formamos". En medio del plan de vaciamiento y recorte presupuestario, el 21 de diciembre de 2017 Horacio Levín anunció su renuncia a la dirección ejecutiva de Canal 7. El mismo que se había comprometido a *"no implementar recortes mientras estuviera en su cargo"*¹⁴. A fines de marzo de 2019 se conoció la decisión por parte del directorio encabezado por Hernán Lombardi respecto al reemplazo de periodistas de planta y la contratación de conductores y panelistas para las cuatro emisiones de los noticieros: mañana, mediodía, tarde y medianoche. Así, luego de meses de ausencia, este último recuperó su transmisión. A través de un comunicado, los trabajadores y trabajadoras de la TV Pública remarcaron que:

Por primera vez en la historia del canal estatal, ningún periodista del staff propio conducirá un noticiero. Todos los profesionales de trayectoria, con demostrada capacidad profesional, independientes de toda gestión y gobierno, fueron marginados por orden del gerente del área, Néstor Sclauzero, quien además es presidente de FOPEA, y de Hernán Lombardi, Secretario de Medios Públicos.¹⁵

La decisión por parte de Cambiemos de desplazar a trabajadores y trabajadoras de prensa fue en consonancia con la perspectiva que tuvo la gestión de Mauricio Macri respecto al rol que deben cumplir los medios públicos. Una supuesta Televisión Pública Argentina sustentable, moderna y transparente pero que tuvo como costo cientos de despidos, persecución a trabajadores y trabajadoras, una enorme caída de la audiencia, una merma de producción propia, paritarias cero y la eliminación de coberturas de hechos históricos.

Los trabajadores y trabajadoras del sector llevaron adelante diversas medidas de lucha para contrarrestar el avance de las políticas de vaciamiento, desmantelamiento, persecución y hostigamiento. Realizaron asambleas, transmisiones en vivo desde las puertas del canal, abrazos simbólicos, participaron de marchas y movilizaciones. Sin embargo, tal como señala Magirena:

¹⁴ Redacción Letra P. (2017, 21 de diciembre) Con el ajuste en marcha, renunció el director ejecutivo de Canal 7. Recuperado de <https://www.lettrap.com.ar/nota/2017-12-21-13-58-0-con-el-ajuste-en-marcha-renuncio-el-director-ejecutivo-de-canal-7>

¹⁵ Comunicado de los trabajadores de Canal 7 <http://trabajadoresdeprensacanal7.blogspot.com/2019/03/tv-publica-crece-la-censura-en-ano.html>

Es muy difícil para los trabajadores organizados también ponerse de acuerdo en tomar medidas cuando una enorme proporción tiene familias que solventar. Te deja pensando en colectivo, más allá de quienes tengamos o no posiciones más duras para ofrecer, terminas pensando en lo que decide la mayoría en virtud de lo que cree que le conviene. No es fácil eso, tenemos sí actitudes de solidaridad entre los colectivos de trabajadores de los medios públicos y hemos visto cómo han probado distintos planes para doblegarnos

Frente al avance de la fragmentación social que propuso el modelo de Cambiemos en términos económicos, sociales y políticos resulta fundamental hacer hincapié en la necesidad de reforzar los lazos y articular con los actores sociales involucrados. Los medios públicos tienen que ser la garantía de la libertad de expresión, de la profundidad y de la información con contexto. Y el rol que le corresponde de manera institucional es tener informada a la población: eso es ineludible.

5.1.2. Radio Nacional

El caso de Radio Nacional también se enmarca en el sistemático plan de ajuste que llevó adelante la gestión de Mauricio Macri. A partir del cambio de autoridades producto de la creación del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos (SFMycP), comenzaron a tomarse una serie de medidas en detrimento del derecho humano a la comunicación.

Cabe destacar que en el año 2016, durante los primeros meses de la gestión de Ana Gerschenson, Radio Nacional perdió el 75% de su audiencia y *“con un 1% de la audiencia de AM, pasó del cuarto puesto (2015) al sexto (2017)”* (Espada; 2018: en línea).

Fernando Piana es trabajador de Radio Nacional y afirma que, con la asunción de Mauricio Macri, la artística se volvió *“grado cero porque ellos lo que quieren marcar es mantener ese grado cero de programación”* (Fernando Piana, trabajador de prensa de Radio Nacional – Docente de CCom FSOC UBA - Entrevista concedida para esta tesina). Entiende que a Lombardi no le interesaba crear un concepto de la radio porque su objetivo era que el medio no generara gastos y, en definitiva, *“lo único que le importa es mostrar que el gobierno ajusta”*. Es posible afirmar que hubo una renovación total de las grillas en las diversas emisoras y eso conllevó a la ruptura de 390 contratos artísticos (Espada; s/f: en línea). La radio pública que debe cumplir un rol democratizador comenzó a perder programación y, como consecuencia, audiencia.

El 11 de abril de 2017 comenzó a circular una lista con los nombres de 21 trabajadores y trabajadoras de Radio Nacional que iban a ser despedidos. Todos ellos habían ocupado algún cargo ejecutivo dentro de la estructura del medio en el país. Al día siguiente, el 12 de abril, Hernán Lombardi realizó en su página oficial de Facebook una publicación titulada “Las capas geológicas del Estado”¹⁶. Allí -a modo de justificación de los despidos- hizo referencia a los cargos políticos de las y los trabajadores que luego “*se intentan mimetizar en las plantas permanentes de personal*” y sentenció: “*Las capas geológicas volverán a ser un aspecto del estudio de la Tierra, pero ya no una metáfora aplicable al Estado*”. De esta manera el plan de “austeridad” comenzó a reflejarse en el avasallamiento de derechos de trabajadores y trabajadoras. Desde el Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBA) denunciaron la persecución ideológica y afirmaron que la gestión de Mauricio Macri había decidido violar lo establecido por el CCT 32/75 En el comunicado afirman:

En caso de que un trabajador fuera promovido al cargo de director de la emisora donde revista y cuyo concurso hubiera sido objetado y se demostrara su invalidez, el compañero destituido debería regresar a la función que tenía antes de ser ascendido

A mediados de 2018 se conoció la noticia de la medida del entonces directorio de Radio Televisión Argentina (RTA) sobre la apertura de un plan que incluía retiros voluntarios y jubilaciones anticipadas. Cabe destacar que el plan fue informado de manera oficial durante una reunión de dicho directorio con las organizaciones sindicales y difundido por los canales internos de comunicación. Fernando Piana comprende que ante la imposibilidad de cerrar una frecuencia radial -y la pública en particular-, el gobierno de Cambiemos lo que hizo fue “*achicarla y vaciarla. Achicarla por todos los frentes que se puede*”.

A la persecución política e ideológica, a los retiros voluntarios, a las jubilaciones anticipadas y al cese de contratos, podemos sumarle una política de paritaria cero. El entrevistado recuerda que durante el kirchnerismo “*las paritarias acordadas siempre fueron mayores a*

¹⁶ “Las capas geológicas del Estado” comunicado de Hernán Lombardi a través de la cuenta oficial de Facebook

<https://www.facebook.com/hernansantiagolombardi/posts/1039792316120697>

lo que podría llamarse inflación. Fueron 12 años de crecimiento y buenas noticias para los trabajadores y las trabajadoras de la radio”.

En diciembre de 2018 las y los trabajadores de Radio Nacional junto a las y los de la TV Pública y Télam llevaron adelante una movilización bajo la consigna “No a la paritaria cero”, desde el gobierno de Cambiemos -a través de la policía de la Ciudad de Buenos Aires- respondieron al reclamo con palos y golpes. Anteriormente, la política de austeridad implementada se terminó llevando por delante la renuncia de la directora Ana Gerschenson quien -a través de la carta de renuncia dirigida al por entonces titular del Sistema Federal de Medios y Servicios Públicos, Hernán Lombardi- manifestó que *“no puedo acompañar la decisión de no otorgar una paritaria en un año difícil como el que termina”*¹⁷.

Los y las trabajadoras del sector estuvieron sin aumentos salariales desde 2016 hasta enero de 2019 donde se les ofreció un aumento 15%, sin embargo, Piana asegura que:

El aumento que nos dieron que es el 15% en enero de este año no está firmado en paritaria. Se dio, apareció en los salarios, pero es un papel de entendimiento que no está firmado en la Secretaría de Trabajo, ex Ministerio. Entonces es muy irregular.

Retiros voluntarios, jubilaciones anticipadas, recomposición salarial por debajo de la inflación y, tal como afirma Piana, baja salarial por quita de *“un ítem que se llamaba transmisiones: ya no se pueden hacer horas extras entonces se te va achicando el salario”*.

El martes 16 de abril de 2019 las 49 emisoras de Radio Nacional realizaron un paro de 24 horas para denunciar el vaciamiento del medio y la situación de precariedad laboral. Según informó Pablo Vázquez, productor general y periodístico en Radio Nacional, al medio Canal Abierto, *“Radio nacional tiene 49 emisoras, cada una con una AM y una FM. Lo que hicieron desde que inició esta gestión es sobre cada FM enviar la señal de AM 870 de Buenos Aires”* (Moraga; s/f: en línea). De esta manera, durante la gestión macrista, se perdió la función social y de carácter federal que deben tener las emisoras nacionales en particular y los medios públicos en general.

¹⁷ Redacción Página 12. (2018, 20 de diciembre). Un portazo en Radio Nacional. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/163496-un-portazo-en-radio-nacional>

El 17 de agosto de 2019 la comisión interna de SiPreBA emitió un comunicado¹⁸ para denunciar la censura que ejercían las autoridades sobre la programación. Allí detallaron que, en ese momento, no se emitían informes sobre el mercado cambiario cuando subía el dólar; tampoco se había cubierto la marcha multitudinaria que se realizó a los dos años de la desaparición forzada seguida de muerte de Santiago Maldonado sino que únicamente “*se le pidió a la cronista que permanezca en el lugar solo para cubrir eventuales incidentes*”¹⁹; relevaron la responsabilidad de un jefe de turno por difundir la caída de la producción automotriz y desplazaron a dos de los tres cronistas que había en el turno tarde.

La gestión de Cambiemos lejos de promover la diversidad y pluralidad de voces, practicó la censura y desplazó a trabajadores y trabajadoras. Fernando Subirats, quien asumió como director de Radio Nacional luego de la renuncia de Ana Gerschenson, decidió continuar con el plan de austeridad que propuso desde el inicio Hernán Lombardi.

5.1.3. Agencia de Noticias Télam

Como mencionamos los apartados anteriores, lo que sucedió con la Agencia Nacional de Noticias Télam fue emblemático: el 26 de junio de 2018 el directorio del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos tomó la decisión de despedir a 354 empleados de la agencia (40% del total). Los trabajadores y las trabajadoras se enteraron a través de un comunicado y de una publicación que realizó el por entonces director del organismo, Hernán Lombardi, en su cuenta oficial de Facebook justificando el hecho bajo el título “Hoy ganó el periodismo”. En paralelo, el porcentaje de la planta que no había sido despedida recibió un correo desde el área de recursos humanos con el asunto “Sos parte de la nueva Agencia Télam” y el cuerpo del mail hacía hincapié en la necesidad de construir una agencia profesional, pluralista, democrática y federal²⁰. Nuevamente, bajo el discurso de la pluralidad

¹⁸ “Informativo de Radio Nacional: la censura y los aprietes no son noticia” Comunicado de la comisión interna de SiPreBA del 17 de agosto de 2019
<http://www.sipreba.org/gremial/informativo-de-radio-nacional-la-censura-y-los-aprietes-no-son-noticia/>

¹⁹ “Informativo de Radio Nacional: la censura y los aprietes no son noticia” Comunicado de la comisión interna de SiPreBA del 17 de agosto de 2019
<http://www.sipreba.org/gremial/informativo-de-radio-nacional-la-censura-y-los-aprietes-no-son-noticia/>

²⁰ Redacción Tiempo Argentino. (2018, 26 de junio). Vaciamiento de Télam: los trabajadores de Télam ocupan la redacción contra los despidos. *Tiempo Argentino*. Recuperado de

y la defensa de la libertad de expresión, la gestión de Mauricio Macri justificó el ajuste brutal hacia los y las trabajadoras y el ataque sistemático al funcionamiento de los medios públicos. Rápidamente los y las trabajadoras se organizaron y votaron de manera unánime iniciar un paro y la ocupación pacífica del edificio. Comenzaba una larga etapa de lucha y resistencia. En simultáneo se trabajó en la visibilización del conflicto y en la judicialización de los despidos.

Bajo las consignas “Somos Télam” y “Acá falta Télam” los trabajadores y trabajadoras llevaron adelante distintas acciones. Tal como cuenta uno de los fotógrafos de la Agencia:

Hemos hecho acciones relámpago. Porque cualquier hecho si pasa un tiempo pierde el interés. Nosotros no nos podíamos permitir que este conflicto deje de estar en agenda. Entonces cuando ya dejó de estar en agenda, nos colábamos por delante de las cámaras, ponemos carteles que decían “Acá falta Télam”. Muchos colegas se hacían eco de eso y le decían a los funcionarios: “¿Qué opinan que acá no esté Télam?” “Aquí debiera estar Télam”. Fue impresionante y emocionante cómo nos han apoyado (*Carlos Brigo – reportero gráfico Agencia Télam – Entrevista otorgada para esta tesina*).

Durante agosto de 2018 -en pleno conflicto y en medio de la permanencia pacífica- los trabajadores y trabajadoras de Télam decidieron redactar un proyecto de ley para que la Agencia comenzara a tener control parlamentario. Tal como señaló uno de los trabajadores en una charla-debate que se realizó en el marco de esta propuesta, el objetivo era “*devolverle la función publicitaria a la Agencia, armar una comisión bicameral permanente y cambiar la forma de asignar a las autoridades creando un comité de evaluación*” (Deza; 2018: en línea). Si bien el proyecto de ley ya se presentó, no se avanzó en la discusión dentro de las comisiones correspondientes. En ese sentido, Carlos Brigo señala que durante el gobierno de Cambiemos la propuesta “*no fue atendida*”. Además de las acciones que se realizaron para visibilizar y darle otro marco institucional a la Agencia, los y las trabajadoras se organizaron para llevar adelante medidas en materia judicial. Desde el Sindicato de Prensa de Buenos Aires se solicitó una medida cautelar ante el Juzgado Laboral con el objetivo de reincorporar a los despedidos. El principal argumento esgrimido por el gremio fue que el Directorio del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos de ese entonces no cumplió con el Procedimiento Preventivo de Crisis (PPCE) ya que el mismo señala que

Corresponde iniciar el PPCE cuando se afecte a más del 15% de los trabajadores en empresas de menos de 400 trabajadores; a más del 10% en empresas de entre 400 y 1.000 trabajadores; y a más del 5% en empresas de más de 1.000 trabajadores. (Decreto 328/88)

La Justicia Laboral falló a favor de dicha cautelar y ordenó, en distintas instancias, la reincorporación de los y las trabajadoras. La resolución judicial más contundente fue la de octubre de 2018 en donde el Juzgado Nacional de 1ª Instancia del Trabajo N° 22 ordenó al Gobierno la reincorporación inmediata de 138 de los 354 trabajadores y trabajadoras despedidas hasta tanto no se presente el debido procedimiento preventivo de crisis.

Mientras los trabajadores y trabajadoras esperaban la sentencia definitiva para poder ser reincorporados de manera efectiva, el gobierno de Cambiemos junto con el apoderado de Télam, Juan José Etala (hijo) decidieron modificar el Reglamento de Sorteos y Asignación de Causas con el propósito de que los expedientes que fueron a sorteo quedaran divididos en distintas salas de la Cámara de Apelaciones del Trabajo. De esa manera se posibilitaban fallos diferentes para cada caso. Eso hubiese impedido que la totalidad del personal afectado de Télam, que sufrió el mismo proceso de ajuste, tuviera el mismo fallo judicial de reincorporación. En esa línea es posible afirmar que esta decisión fue *“la expresión de una crisis que afecta al fuero laboral pero que también lo excede, mediante la cual, una vez más, se observa la injerencia del Ejecutivo en el Poder Judicial para obtener fallos a medida de sus intereses”*.²¹ Es importante remarcar que en el marco de los despidos y las trabas que llevó adelante el gobierno de Mauricio Macri en materia judicial, la política de vaciamiento se vio reflejada -también- tanto en el plano de la infraestructura y como en la forma de comunicación que tenían los empleados con los directivos de la gestión anterior. Carlos Brigo señala que, de los ocho pisos que funcionaban en el edificio ubicado sobre Av. Belgrano al 300, *“cuatro pisos directamente los vaciaron, se llevaron todas las computadoras, los escritorios. Bajo el argumento de la austeridad, se llevaron hasta los inodoros de los baños”* (Carlos Brigo – reportero gráfico Agencia Télam – Entrevista otorgada para esta tesina). La gestión de Cambiemos decidió trasladar parte de la redacción a Tecnópolis pero allí el argumento de la austeridad -que tiene a los trabajadores y trabajadoras con paritaria cero

²¹ Redacción Voces Libres del Pueblo. (2019, 29 de marzo). Basta de perseguir a las y los trabajadores de Télam. *Voces Libres del Pueblo*. Recuperado de <https://www.voceslibresdelpueblo.org/basta-de-perseguir-las-y-los-trabajadores-de-telam>

desde 2016- parece no haber estado presente porque siguieron contratando a personas con altos sueldos, que duplicaban y hasta triplicaban la media.

La gestión de Mauricio Macri, a través de distintos mecanismos, tuvo como propósito desdibujar el rol que tiene una profesión como el periodismo. Un porcentaje de los empleados trabajaba de manera remota y lo que hacía era mirar el noticiero y refritar la información. Sucede que para poder ejercer el periodismo resulta fundamental estar en el lugar de los hechos. En relación a las coberturas que se realizaban, es posible afirmar que lo único que se visibilizaba era la por entonces agenda oficial *“es lisa y llanamente un órgano de propaganda: no hay pluralidad de voces, hay una sola campana, cubrimos -únicamente- actos oficiales, declaraciones oficialistas. Está prohibido, tenemos prohibido -yo como fotógrafo- mostrar la protesta social”* (Carlos Brigo – reportero gráfico Agencia Télam _ Entrevista concedida para esta tesina).

Con respecto al carácter federal -que debe ser garantizado por los medios públicos en general y por la Agencia Nacional de Noticias en particular- es posible afirmar que quedó doblemente desdibujado cuando comenzaron a cerrarse correspondencias. Del 2016 al 2019, de las 27 correspondencias que existían en todo el territorio argentino cerraron seis. Estas se encontraban en: Resistencia, Formosa, Posadas, Catamarca, Viedma y Rawson. (Esteban Giachero, delegado del Sindicato de Prensa de Buenos Aires - Entrevista realizada para esta tesina).

En la Agencia Nacional de Noticias Télam, las y los trabajadores llevaron adelante un paro durante 119 días, el más largo en la historia del periodismo argentino. Gracias a la lucha y la resistencia, la gestión de Cambiemos no pudo concretar concretar -como intentó desde un principio- los despidos de más del 40% de la planta. Sin embargo, los trabajadores y trabajadoras siguieron estando en estado de alerta: la Justicia de Trabajo recibió presiones del gobierno de Mauricio Macri y logró fragmentar en numerosas partes el expediente de los trabajadores de la agencia para que los casos se traten en distintos juzgados. Tras este accionar, los trabajadores y trabajadoras decidieron llevar adelante un acampe en la puerta de la Cámara Nacional de Apelaciones del Trabajo *“hasta tanto se cumpla la demanda de «Justicia independiente» que exigen los trabajadores y que logró la adhesión de todas las organizaciones de abogados del mundo del trabajo”*²².

²² Redacción ANRed. (2019, 30 de mayo) Amenaza de nuevos despidos Télam: se inicia un acampe permanente frente a la Justicia del Trabajo. ANRed. Recuperado de

En ese sentido Carlos Brigo sostiene que:

...luchar garpa (...) ellos (Cambiemos) buscan que no haya encuentro. Que no podamos hablar, que no podamos reconocer que al otro le pasa lo mismo que a mí. Reconocer eso genera una fuerza distinta: uno no se siente solo y te dan ganas de pelear por lo que te corresponde
(Carlos Brigo – reportero gráfico Agencia Telam _ Entrevista concedida para esta tesina)

La garantía del derecho humano a la comunicación también incluye, inevitable y consecuentemente, el derecho de los y las periodistas a trabajar en condiciones dignas.

5.1.4. Canal Encuentro, PakaPaka y DeporTV

Los canales educativos que se crearon durante la gestión kirchnerista tuvieron como propósito fomentar una ciudadanía participativa y comprometida con los intereses populares. El derecho a la educación y a la comunicación se encontrarían en proyectos para profundizar la formación, el entretenimiento y la inclusión social.

Canal Encuentro fue el primer canal perteneciente al Ministerio de Educación de la República Argentina. Se creó en mayo de 2005 por el Decreto N.º 533/05 y fue reconocido por la Ley de Educación Nacional N.º 26.206 -en su artículo N.º 102-, sancionada en diciembre de 2006. Comenzó su transmisión el 5 de marzo de 2007 con el objetivo de constituir una importante herramienta para la comunidad educativa.

Según el primer informe de gestión (Informe de Gestión. Canal Encuentro. 2007-2011) la señal educativa se creó para: contribuir a la equidad en el acceso al conocimiento para todos los habitantes de la Argentina y para los países de la región, independientemente de su lugar de residencia o condición social; proporcionar a las escuelas contenidos televisivos y multimedia para mejorar la calidad de la educación en la Argentina; ofrecer herramientas innovadoras para facilitar y mejorar los procesos de enseñanza y de aprendizaje, en el marco de los desafíos actuales de la educación, para la construcción colectiva de una sociedad más justa.

Una característica fundamental respecto a la producción de otras señales que fue esencial a la hora de pensar el contenido tuvo que ver la de necesidad de *“comprender la diferencia de una audiencia y la ciudadanía o sujetos de derecho. Para nosotros fue muy importante en el*

<https://www.anred.org/?comunicado=amenaza-de-nuevos-despidos-telam-se-inicia-un-acampe-permanente-frente-a-la-justicia-del-trabajo>

armado de todas las grillas de programación” (Jesica Tritten, Ex Directora General del Polo Educativo de Educ.ar S.E – Entrevista concedida para esta tesina).

Si bien el lanzamiento fue en marzo de 2007, se tuvo que continuar pugnando para concretar la emisión. En ese sentido, María Rosenfeldt señala que *“lo primero que nos pasó fue que nadie lo podía ver: el Canal estaba, pero no en la grilla de Cablevisión” (María Rosenfeldt, Ex Directora de Canal Encuentro– Entrevista concedida para esta tesina).* Tanto el COMFER como la ATVC (Asociación Argentina de Televisión por Cable) habían firmado un convenio que obligaba a los cableoperadores a disponer a Canal Encuentro entre las doce primeras señales de programación, sin embargo, ese día Cablevisión no acató la disposición. Tristán Bauer, ex presidente de Radio y Televisión Argentina (RTA), recuerda que:

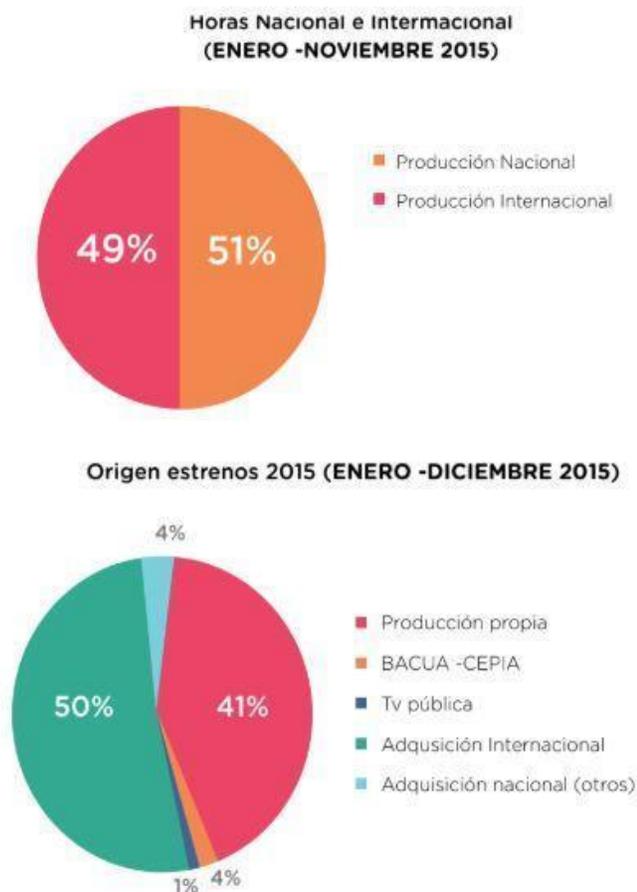
...después de muchas discusiones y presiones, esto terminó con una reunión mía con el presidente Néstor Kirchner, quien le dio orden a Oscar Parrilli para que nos reunamos en su despacho con el Grupo Clarín y recién ahí decidieron ponerlo en el cable. En esa reunión es ¿dónde me dicen a mí, bueno, lo vamos a poner en el número 45, yo les dije: Miren, si ustedes dos semanas antes me hubieran dicho que iba al número 45 se los agradecía, pero ahora - estando el decreto del COMFER y estando la decisión del presidente- lo ponen del 1 al 15 como sea. Fue bastante tenso todo y finalmente lo pusieron en el número 5 (Deza; 2018 en línea).

Se llevaron adelante producciones con contenido cultural y educativo y se priorizó el contenido local. Educación, arte, cultura, derechos humanos, historia, geografía y ciencias naturales, fueron las temáticas más abordadas. María Rosenfeldt, directora de la señal entre 2011 y 2015, asegura que:

...el objetivo era que la pantalla se asemejara a una gran enciclopedia que contara con variedad de temas en cuanto ciencias, humanidades, deportes y arte. La calidad artística consistía en armar una nueva narrativa y formatos documentales que permitieran transmitir contenidos educativos con una estética cinematográfica y ritmo televisivo (*Entrevista concedida para esta tesina*).

La señal educativa se pensó en el marco del desarrollo de distintas políticas públicas educativas. Además de la ya mencionada Ley Nacional de Educación 26.206, se puede señalar: Plan Nacional de Alfabetización; Plan 700 Escuelas; Programa para la igualdad educativa; Fondo Nacional de Incentivo Docente; la ley de Financiamiento Educativo 26.075/06 y la ley 26.150 que creó el Programa Nacional de Salud Sexual Integral.

La producción fue creciendo a la par de su legitimidad en la pantalla. Para el 2015 la programación “incluyó 346 horas de producción propia, 31 horas de producciones provenientes de BACUA-CEPIA, 429 horas de adquisición internacional, 8 horas de TV Pública y 35 horas de adquisición nacional” (Informe de gestión de Educ.ar S.E, 2015)



Fuente: informe de gestión 2015

Además, según el mismo informe, para el 2015 la web de Canal Encuentro era visitada mensualmente por 480.760 usuarios, poseía 852.978 seguidores en Facebook, 209 mil en Twitter y 92.000 YouTube.

Por su parte, el canal PakaPaka -que había nacido en 2008 como segmento dentro de la programación general de Canal Encuentro- terminaría de cobrar forma como señal el 27 de julio de 2010 a través de la Resolución 1015 firmada por el entonces ministro de Educación de la Nación, Alberto Sileoni. En dicha Resolución se afirma que:

la televisión pública tiene, entre uno de sus principales objetivos, garantizar una distribución igualitaria de los intercambios simbólicos, por lo que resulta necesario crear una nueva señal que posea un espacio que muestre y permita mostrarse y expresarse a todos los niños y niñas del país, respetando a la vez sus diferencias y particularidades (Resolución 1015/10)

Los creadores de la señal sentaron las siguientes bases a la hora de llevar adelante las distintas producciones: concebir a los niños y las niñas como ciudadanos, sujetos de derechos y productores de cultura; profundizar el protagonismo de los chicos y las chicas en la pantalla y en la definición de contenidos; fomentar el conocimiento y reconocimiento en la programación de las múltiples experiencias de ser niño/a en nuestro país; considerar la infancia como un desafío complejo; constituir un lugar de diálogo con la escuela y con todas las instancias que hacen a la subjetividad de los chicos y las chicas; conformar un espacio lúdico e imaginativo; invitar a hacerse preguntas.

La razón de ser del canal infantil tenía que ver con la posibilidad de democratizar y garantizarle a los chicos y chicas el acceso a los bienes simbólicos. Hasta el momento las ocho señales infantiles que existían eran de Estados Unidos y el propósito de esta señal no era el de generar una voz argentina frente a las voces extranjeras sino la necesidad de establecer que ciertos contenidos mínimos sean garantizados por el Estado y, en este caso, a través de los medios públicos. Según señala Facundo Agrelo, ex director de la señal, *“a lo que apuntaba (la señal) era a moderar las desigualdades sociales que hay en la infancia, desde donde pueden aportar los medios públicos: los bienes simbólicos”* (Facundo, Agrelo Ex director de la señal PakaPaka - Entrevista concedida para esta tesina). PakaPaka lo que hizo fue abrir la discusión sobre la infancia: algo que estaba completamente relegado. En ese sentido, Facundo Agrelo afirma que la señal sentó un precedente que incluyó: *“Visibilizar a los chicos, sus problemáticas, sus necesidades, su lugar en la sociedad”*.

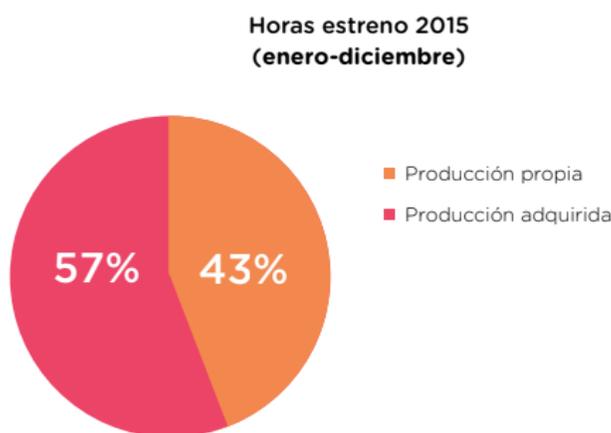
Dentro de la programación es posible mencionar contenidos sobre filosofía, historia y cultura, pero el programa más emblemático fue, sin dudas, Zamba:

...el germen de Zamba que fue contar el bicentenario, explicar que parte de la filosofía de Pakapaka era visibilizar a los chicos y una de las cosas que estaban invisibilizadas eran las preguntas de los chicos y una de las preguntas de los chicos están muy relacionadas con la información a la que acceden y que circula alrededor de ellos (Facundo Agrelo Ex director de la señal PakaPaka)

El objetivo del programa “El asombroso mundo de Zamba”, en línea con el propósito de PakaPaka, tuvo que ver con distanciarse de la función instructora, del niño pasivo y consumidor, para concebirlo como un ciudadano, un sujeto de derechos que construye, reflexiona y cuestiona constantemente. En ese sentido, Facundo Agrelo afirma que el propósito del proyecto educativo de la señal Pakapaka generó transformaciones difíciles de revertir en torno a la concepción de la niñez.

Para el 2015, según el informe de gestión, la señal había llegado a 10.939.630 hogares.

Además, se estrenaron 103,03 horas de producción nacional y 136,85 horas de producción adquirida.



Fuente: informe de gestión 2015

Es importante destacar que el desarrollo de PakaPaka traspasó la pantalla y se extendió a distintas acciones en el territorio: se realizaron festivales de PakaPaka en todo el país como parte de la federalización de la pantalla, eventos de lanzamiento de programación, presentaciones de series, microprogramas, proyecciones de cine, inauguración de parques y musicales en Tecnópolis.

Los avances que se dieron durante los 12 años de kirchnerismo se vieron interrumpidos a partir de la gestión que comenzó a gobernar en la Argentina desde el 10 de diciembre de 2015. Los canales educativos -que se había creado bajo la órbita del Ministerio de Educación-, pasaron a formar parte del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos liderado por Hernán Lombardi. En ese sentido la ex directora de la señal afirma que *“el espíritu de Canal Encuentro tenía que ver con el hecho de haber sido creado dentro del Ministerio de*

Educación. Se construyó con el propósito que sea una herramienta para la igualdad y para garantizar el acceso a la comunicación (María Rosenfeldt, ex directora Canal Encuentro – Entrevista concedida para esta tesina).

Las señales estaban resguardadas bajo la ley Nacional de Educación y la gestión de Cambiemos decidió, a través del decreto 1222/16, crear una sociedad del Estado y trasladar allí las señales educativas. Esta decisión política fue coherente con la propuesta del gobierno neoliberal: desguazar el sector público.

Jésica Tritten formó parte del proyecto de las señales educativas desde los inicios y terminó ocupando la dirección del polo educativo de Educ.ar S.E. Ella asegura que, durante la gestión del kirchnerismo, el directorio estaba conformado por funcionarios de todas las áreas de educación y de esa manera se garantizaba que todas las líneas pedagógicas estuvieran en las pantallas de los canales. A diferencia con lo que sucedió durante el kirchnerismo, Jésica asegura que durante la gestión de Cambiemos:

...quitaron su jerarquía institucional, luego dejaron de producir, en la producción se dejaron de narrar relatos que contemplaban lo federal, las producciones se transmitían por todas las provincias y luego dejaron al mercado, es decir al grupo Clarín, que decidiera -que fue una batalla muy importante para nosotros en su momento- en qué lugar de la grilla iban a estar esos canales (Jésica Tritten, ex directora del polo educativo de Educ.ar – entrevista concedida para esta tesina)

Sin ir más lejos, el por entonces titular de Medios y Contenidos Públicos del gobierno macrista, Hernán Lombardi, manifestó públicamente su descontento con el funcionamiento tanto de Encuentro como de PakaPaka calificándolos como aparatos de propaganda política. En una entrevista con Radio Diez, Lombardi expresó: *“No metamos a los nenes en política”*. El intento de despolitizar pretende invisibilizar las disputas de sentido y poder que existen y son inherentes a las sociedades.

En octubre de 2018 Cablevisión tomó la decisión de correr ambas señales de la grilla del paquete básico: mientras que a Canal Encuentro lo corrieron el número 17 al 64, a PakaPaka directamente lo eliminaron.

Líneas más arriba se hizo mención a la medida que tomó la gestión kirchnerista cuando el multimedio se resistió a incorporar las señales. Así como durante el kirchnerismo se tomó la decisión política de intervenir desde el Estado para garantizar que las señales públicas

tuvieran el lugar que les correspondía, también fue una decisión política de Cambiemos no intervenir cuando Cablevisión decidió correrlas. En ese sentido Jéscica Tritten señala que *“quien le marcó la agenda a los medios de comunicación fue el grupo Clarín. No el gobierno a favor de Clarín, sino que fue al revés. Entonces el gobierno decidió desarmar una política de contención. Que el Estado no intervenga es una decisión política”*.

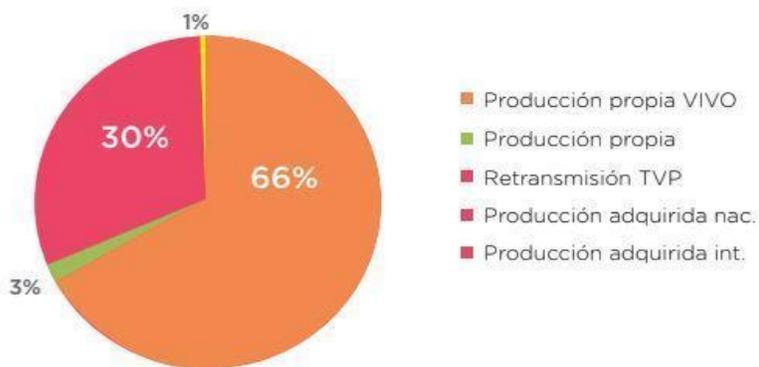
Facundo Agrelo entiende que la decisión que tomó el grupo multimedia fue razonable y en ese sentido se pregunta: *“¿Por qué vas a mantener una señal que no se renueva? Que repite cosas, que no invierte en calidad, que se va volviendo vieja. Que cablevisión lo haya sacado fue consecuencia de algo que venía pasando”*.

A partir de los fragmentos destacados de las entrevistas podemos pensar que ambos interpretan de modo contrapuesto a la política de medios llevada adelante por la gestión de Cambiemos. Sin embargo, desde una segunda lectura creemos que lo que señala Jéscica Tritten tiene que ver con la necesidad de desenmascarar la supuesta neutralidad del Estado para con las corporaciones mediáticas afirmando que el hecho de no haber intervenido tuvo que ver con una decisión política. La descripción que realiza Facundo Agrelo, desde la resignación, explica el desenlace que -entiende- inevitable a partir de la instrumentalización de las políticas comunicacionales del gobierno de Mauricio Macri.

Por su parte DeporTV, la primera señal pública producida y emitida en alta definición dedicada íntegramente al deporte, comenzó a transmitir el 21 de febrero de 2013 a través de la frecuencia 24.1 de la Televisión Digital Abierta (TDA). La señal, también creada bajo la órbita del Ministerio de Educación, tuvo como propósito brindar una programación que incluyera acontecimientos de primer nivel nacional e internacional y también competencias locales y deportes que no son prioridad en el resto de las pantallas deportivas, además de darle una cobertura al deporte social.

Según el informe de gestión del 2015 se estrenaron 109 producciones propias, 2207 horas de producciones propias en vivo, 1021 horas de retransmisiones de TV Pública, 1,5 horas de producciones adquiridas nacionales y 30 horas de producciones adquiridas internacionales.

Estrenos Dxtv 2015 (enero-diciembre)



Fuente: informe de gestión 2015

Al igual que con las señales de Encuentro y Pakapaka, la producción de DeporTV se vio mermada, pero, tal como afirma Jéssica Tritten, como no pudieron cerrar las señales *“hicieron algo muchísimo más perverso que es vaciar las señales y sacarse a los trabajadores de encima. Que tiene que ver con un proyecto de exclusión de los trabajadores en general”*.

Como parte de las políticas de ajuste y vaciamiento, el Sistema de Medios y Contenidos Públicos, en la apertura de retiros voluntarios, logró que se anoten 103 trabajadores y trabajadoras, el 50% de la totalidad de la planta, es decir de las señales que pertenecían al polo educativo (Encuentro, PakaPaka y DeporTV). Luego de la apertura de retiros voluntarios, se despidieron a 18 personas más.

Luego de casi cuatro años de gestión macrista, los medios públicos se vieron amedrentados por una política de feroz ajuste y vaciamiento. Esto significó una amenaza tanto para el derecho a la comunicación como, inevitable y consecuentemente, al derecho de los y las trabajadoras. En ese sentido, Mariana Baranchuk afirma que *“no se puede pensar la democracia sin derecho a la comunicación; ni el derecho a la comunicación sin la libertad de expresión y sin condiciones dignas de trabajo para quienes hacen de la comunicación su oficio”* (Baranchuk, 2015: 36).

Además, no puede pensarse la resistencia de los trabajadores y trabajadoras sin tener en cuenta las dificultades que tuvieron a la hora de articular entre compañeros y compañeras producto de la fragmentación social generada por un modelo político, económico y social que profundizó las desigualdades estructurales y, como consecuencia, instaló el temor y la incertidumbre en las distintas capas de la sociedad civil.

Aun así, las marchas, movilizaciones y convocatorias a distintas medidas de fuerza dieron cuenta del apoyo de la ciudadanía y dejó en evidencia que la gestión de Mauricio Macri se encargó de poner en peligro la democracia vulnerando, sistemáticamente, tanto el derecho de trabajadores y trabajadoras como el derecho humano a la comunicación.

6. Palabras finales

A lo largo de este trabajo analizamos la situación que atravesaron los medios públicos bajo la gestión de un gobierno constituido por los sectores de poder más concentrados. Es decir, en un contexto donde el capital extranjero, los bancos transnacionales y las empresas extranjeras comenzaron a ser los protagonistas y el Estado dejó de ocupar el lugar de garante y promotor y se colocó el destino de la ciudadanía al servicio de la volatilidad del mercado.

Realizamos un recorrido por las políticas comunicacionales que se llevaron adelante durante la década del 90 donde primó la privatización de los servicios públicos por parte del Estado, la desregulación, y la volatilidad del mercado financiero pero, tal como mencionamos, mientras en ese momento el patrón de acumulación basado en la especulación financiera tuvo como fracción hegemónica a los grupos económicos locales, durante el macrismo ese lugar fue ocupado directamente por el capital extranjero.

Observamos que durante los años 90, en consonancia con las decisiones políticas que se llevaron adelante, los medios públicos adoptaron un perfil comercial, primó un modelo de concentración, hubo ausencia del debate público y una merma en la producción de contenido local: el 80% de la programación era de origen extranjero (Postolski et al., 2003: 1).

Luego desarrollamos cómo durante el kirchnerismo se llegó a un cambio de paradigma en materia de regulación en la comunicación. El avance respecto a las medidas que se tomaron fue progresivo y la disputa de poder por el rol que deben ocupar los medios públicos atravesó distintas etapas, pero lo que siempre estuvo firme fue la mirada democratizadora y de apuesta a la participación que se promovió desde el Estado. En ese sentido hicimos un análisis de todas las medidas, con mayor énfasis en la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual como parte de la síntesis de un proyecto político que apostó a la igualdad de oportunidades para garantizar la diversidad; que promovió la participación ciudadana y recuperó la soberanía nacional.

Luego de 12 años de una gestión de gobierno que apostó a la reconstrucción del Estado en tanto promotor y garante de derechos, en diciembre de 2015 accedieron al gobierno los sectores de poder más concentrados representados en el partido encabezado por Mauricio

Macri. Así fue como por primera vez en la historia de nuestro país los sectores dominantes del capital lograron acceder al control del Estado a través del triunfo democrático.

Como mencionamos líneas más arriba, el proceso de financiarización de la economía argentina que primó hasta diciembre de 2001 estaba conducida por los grupos económicos concentrados (Basualdo, 2011). Lo distintivo que comienza con el gobierno de Cambiemos es que este modelo de acumulación basado en la obtención de tasas de rentabilidad financiera extraordinaria pasa a estar en manos de los representantes locales de los capitales extranjeros (Basualdo, 2017). Esta cosmovisión implicó la retracción del Estado en todas las esferas de la sociedad civil. Así, la primacía del mercado que promueve el individualismo se colocó por encima de la lógica colectiva y de derechos ciudadanos. En ese contexto las políticas comunicacionales se vieron directamente implicadas: la gestión de Cambiemos realizó un sistemático vaciamiento de los medios públicos. Un plan que inició con los Decretos de Necesidad y Urgencia que desarticularon la LSCA y que continuó: cientos de trabajadores y trabajadoras fueron despedidos; otras y otros invitados a acogerse a un régimen de retiros voluntarios; disminuyó significativamente la cantidad y calidad del contenido; cayó el nivel de audiencia y se perdió el carácter federal de la comunicación.

Tal como señalamos, la comunicación es un derecho humano ineludible para el desarrollo de las democracias participativas, y la grave situación que atravesaron los medios fue en contra de la función de interés público que deben cumplir, y de todos los estándares internacionales de la libertad de expresión.

Los medios de comunicación cumplen una función social elemental a la hora de configurar sentido y la ciudadanía tiene el derecho de conocer lo que sucede, para poder elegir, participar y desarrollarse socialmente.

Teniendo en cuenta las políticas que desarrolló la gestión de Cambiemos en esta materia es posible afirmar que nos encontramos en un estado de emergencia comunicacional. Entendemos que sin medios públicos que representen las miradas de las grandes mayorías, que visibilicen las problemáticas de una sociedad donde el hambre y la represión son moneda corriente, donde se ven amedrentados los derechos de trabajadores y trabajadoras, se persigue y encarcela a dirigentes y militantes, no hay democracia posible.

El vaciamiento que el gobierno realizó en los medios públicos tuvo que ver con la necesidad de instaurar un nuevo sistema de valores en la sociedad. La búsqueda de instalar estas nuevas visiones sobre la realidad buscó crear consenso a la hora de aplicar su programa de gobierno. Los medios masivos de comunicación cumplen una función social en tanto que son configuradores de sentido y, por lo tanto, es necesaria una redistribución igualitaria de los intercambios simbólicos cualquiera sea la ubicación geográfica de los ciudadanos y las ciudadanas.

El Estado, entonces, debe promover políticas públicas y fomentar tanto la pluralidad como la diversidad para asegurar el efectivo ejercicio del derecho humano a la comunicación. Tal como desarrollamos a lo largo de los capítulos, los trabajadores y trabajadoras de los medios públicos han llevado adelante distintos mecanismos para resistir el avasallamiento de las políticas de comunicación por parte de Cambiemos. En ese sentido, sostenemos que esa experiencia de resistencia debe ser retomada y resignificada para pasar al campo estratégico. ¿A qué nos referimos con pasar al campo estratégico? Tiene que ver con lograr la configuración de un sistema de medios públicos que nucleee y represente a los distintos sectores de la sociedad civil. Esto implica que la ciudadanía se apropie de la comunicación en tanto derecho humano. Esa apropiación no puede darse sin un proceso que configure una agenda propia. Estamos hablando de dos aristas que corresponden a una misma dinámica: el campo estratégico implica desarrollar una comunicación que represente los intereses de las grandes mayorías y ese proceso, necesariamente, implica que la ciudadanía comprenda que la comunicación es un derecho humano fundamental para el desarrollo socio cultural y, también, para la democratización efectiva de los intercambios simbólicos. Se trata de una relación inmanente.

En ese marco, es el Estado, a través de políticas públicas activas, el que debe articular esta relación. La configuración de dicha agenda debe apostar a la representación de los intereses de las grandes mayorías y la apropiación de la comunicación en tanto derecho humano debe ser el eje articulador sobre el que se deberá construir una comunicación democrática, plural y diversa.

7. Bibliografía

- ALBORNOZ, L. A. et al. (1999). La política a los pies del mercado: la comunicación en la Argentina de los '90. En Mastrini G y Bolaño C. *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*. Buenos Aires, Biblios.
- ALBORNOZ, L.A., HERNÁNDEZ, P. (2008). La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999: concentración, desnacionalización y ausencia de control público. En Mastrini, G. *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina*. (p 257-286). Buenos Aires, La Crujía.
- BALADRÓN, M. y DE CHARRAS, D. (2014). *Una mirada sobre la sentencia que confirmó la constitucionalidad de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en Argentina*. En Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación. Recuperado de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2292/2322>
- BARANCHUK, M. (2008). Canales 11 y 13: la primera privatización de la década menemista. En Mastrini, G. *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina*. (p 211-234). Buenos Aires, La Crujía.
- BARANCHUK, M (2011). *Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones)*. Publicado en Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Historia, antecedentes europeos y principales artículos. Edita: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- BARANCHUK, M. (2015). Comunicación, derechos humanos y mundo laboral de los trabajadores de prensa. A 30 años del retorno democrático: visibilizar lo invisibilizado. En Eliades A. *Derecho a la comunicación y 30 años de democracia*. La Plata. EDULP.
- BASUALDO, E. (2011). *Sistema político y modelo de acumulación*. Buenos Aires, Editorial Atuel.
- BASUALDO, E. (2017). *Endeudar y fugar*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- BECERRA, M. y MASTRINI, G. (s/f). Más dueños que nunca. *Revista Anfibia*. Recuperado de <http://revistaanfibia.com/ensayo/mas-duenos-nunca/>
- BECERRA, M. MASTRINI, G. (2016). *Políticas de medios del kirchnerismo. Análisis de las políticas de comunicación 2003-2015 y agenda pendiente*. En Revista Análisis N° 13. Recuperado de <https://studylib.es/doc/7836132/politicas-de-medios-del-kirchnerismo>
- BECERRA, M. y SCHEJTMAN, N. (2018, 21 de octubre). Medios públicos sin público. *Letra P*. Recuperado de <https://www.lettrap.com.ar/nota/2018-10-21-12-17-0-los-medios-publicos-sin-publico>
- BULLA, G. (2009). *La transformación de los Estados sudamericanos como condición de posibilidad de las nuevas políticas públicas de comunicación*. En II Jornadas de estudio de América Latina y el Caribe: desafíos y debates actuales. Buenos Aires, Facultad de

Ciencias Sociales UBA.

- BULLA, G. (2016). *El fetiche normativista o la despolitización de las políticas de comunicación*. En REVCOM N°2, REDCOM (Red de Carreras de Comunicación), Argentina.
- CADENAS AYALA, C. y RUIZ LÓPEZ, D. (2009) *¿Qué es una política pública?* En IUS Revista Jurídica, Universidad Latina de América.
- CALIFANO, B. (2009). *Comunicación se escribe con K: la radiodifusión bajo el gobierno de Néstor Kirchner. Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina*. (p 341-374). Buenos Aires, La Crujía.
- CALIFANO, B. (2015). *Perspectivas conceptuales para el análisis del Estado y las políticas de comunicación*. En Revista Austral Comunicación Volumen 4 número 2. Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires.
- CIFRA. (2016). *Documento de trabajo N° 15: la naturaleza política y económica de la Alianza Cambiemos*. Argentina, Flacso.
- DE CHARRAS, D., LOZANO, L. Y ROSSI, D. (2012). *Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación*.
- DEZA, J. (2018, 2 de agosto). Por una Télam con control parlamentario. *ANCCOM*. Recuperado de <http://anccom.sociales.uba.ar/2018/08/02/por-una-telam-con-control-parlamentario/>
- DEZA, J. (2018, 23 de octubre). Lo primero es desmonopolizar. *ANCCOM*. Recuperado de <http://anccom.sociales.uba.ar/2018/10/23/lo-primero-es-desmonopolizar/>
- ESPADA, A. *Medios públicos, kirchnerismo y después*. Radio Nacional, *diversidad de voces y contrato de escucha*. Buenos Aires, Universidad Nacional de La Plata.
- ESPADA, A. (s/f). La eterna refundación de Radio Nacional. *Revista Fibra*. Recuperado de <http://papel.revistafibra.info/la-eterna-refundacion-radio-nacional/>
- ESPADA A. (2018, 11 de abril). La radio en 2018: dime cómo programas y te diré quién te escucha. *Letra P*. Recuperado de <https://www.letrap.com.ar/nota/2018-4-11-18-47-0-la-radio-en-2018-dime-como-programas-y-te-dire-quien-te-escucha>
- FISS, O. (1997). *Libertad de expresión y estructura social*. México, Distribuciones Fontamara.
- FISS, O. (1999). *La ironía de la libertad de expresión*. Barcelona, Gedisa.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1991). Prólogo. En Barbero, M. *De los medios a las mediaciones*. (5-7). México, Editorial Gustavo Gili.
- GENOUD, D. (2017, 11 de noviembre) Lombardi contrató una consultora para despedir trabajadores de medios públicos. *Letra P*. Recuperado de

<https://www.letrap.com.ar/nota/2017-11-11-12-14-0-lombardi-contrato-una-consultora-para-despedir-trabajadores-de-medios-publicos>

- GRAZIANO, M. (1986). *Política o ley: debate sobre el debate*. En *Revista Espacios*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras UBA.
- HALL, S. (1984). Notas sobre la desconstrucción de lo popular. En Samuels, R. (ed): *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona, Crítica.
- KRAKOWIAK, F. (2019, 11 de febrero). El costo de haber abandonado el Arsat - 3. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/174238-el-costodehaberabandonadoelarsat-3>
- LARCHER, A. N. (2015, 13 de diciembre). Aguad asumió y dijo que la ley de medios no va a subsistir. *Agencia Paco Urondo*. Recuperado de <http://www.agenciapacourondo.com.ar/medios/aguad-asumio-y-dijo-que-la-ley-de-medios-no-va-subsistir>
- LINARES, A. (2019, 11 de noviembre). Medios públicos en el macrismo: ajuste, vaciamiento y resistencia. *Letra P*. Recuperado de <https://www.letrap.com.ar/nota/2019-11-11-16-50-0-medios-publicos-en-el-macrismo-ajuste-vaciamiento-y-resistencia>
- LORETI, D. y LOZANO, L. (2012). *El rol del Estado como garante del derecho humano a la comunicación*. En *Revista Infojus - Derecho Público*, (1).
- LORETI, D. y LOZANO, L. (2014). *El derecho a comunicar*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno.
- LORETI, D. (2018, 31 de marzo). La génesis de la ley audiovisual. *El cohete a la luna*. Recuperado de <https://www.elcoheteealaluna.com/la-genesis-la-ley-audiovisual/>
- MASTRINI, G. (2013). *Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina*. Las políticas de comunicación en el Siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos. Buenos Aires, La Crujía.
- MATA, M. (2006). *Comunicación y ciudadanía. Problemas Teórico-Políticos de su articulación*. En *Rev. Fronteiras. Estudos Mediáticos*. VII (1): 5-15, Janeiro.
- MC BRIDE, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples*. México, Fondo de Cultura Económica.
- MESTMAN, M., y MASTRINI, G. (1996). ¿Desregulación o re-regulación?: De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota. *CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación*, (2), 81. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC9696110081A>
- MORAGA, V. (s/f). Paro en las 49 emisoras de Radio Nacional. *Canal Abierto*. Recuperado de

<http://canalabierto.com.ar/2019/04/16/paro-en-las-49-emisoras-de-radio-nacional/>

- OSZLAK, O y O' DONNELL, G. (1995). *Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación*. En *Redes*. Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.
- OTTAVIANO, C. (2015). Pedagogía del oprimido comunicacional. En Eliades A. *Derecho a la comunicación y 30 años de democracia*. La Plata. EDULP.
- POSTOLSKI, G. (2003). Concentración de los medios de comunicación en Argentina: crisis y dependencia. En *Revista Digital N°1*. Buenos Aires, Observatorio de Medios – Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA).
- RESPIGHI, E. (2018, 17 de abril). No diría que es un plan de ajuste, sino de austeridad. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/108676-no-diria-que-es-un-plan-de-ajuste-sino-de-austeridad>
- RESPIGHI, E. (2018, 3 de octubre). La cultura puesta en manos del mercado. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/146007-la-cultura-puesta-en-manos-del-mercado>
- RESPIGHI, E. (2018, 12 de noviembre). Cada vez más sorda y más ciega. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/154992-cada-vez-mas-sorda-y-mas-ciega>
- RIVERO, E. (s/f). La mala hora: Cambiemos y su política de medios públicos. *Revista Fibra*. Recuperado de <http://papel.revistafibra.info/la-mala-hora-cambiemos-politica-medios-publicos/>
- RIVERO, E. (2019, 28 de julio) Cerca de las PASO, el oficialismo se impone en la TV Pública. *Letra P*. Recuperado de <https://www.lettrap.com.ar/nota/2019-7-28-13-56-0-cerca-de-las-paso-el-oficialismo-se-impone-en-las-pantallas-de-la-tv-publica>
- ROSSI, D. (2008). La Radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo privado comercial. En Mastrini, G. *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina*. (p 235-256). Buenos Aires, La Crujía.
- ROSSI, D. (2016). *Acceso y participación: el desafío digital entre la garantía de derechos y la restauración dereguladora*. Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales UBA.
- TARICCO, V. (s/f). Los modelos de medios públicos. *Revista Fibra*. Recuperado de <http://papel.revistafibra.info/los-modelos-de-medios-publicos/>
- TARICCO, V. (2016, 1 de junio). La TV Pública en retirada. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-300687-2016-06-05.html>
- URANGA, W. (2004). *Democracia y ciudadanía: responsabilidad de los comunicadores*. Cochabamba (Bolivia), conferencia dictada en el Congreso de la Asoc. Boliviana de Investigadores de la Comunicación.
- URANGA, W. (2016). *Conocer, transformar, comunicar*. Buenos Aires, Editorial Patria Grande.

- URANGA, W. (2005). *La comunicación es acción: comunicar desde y en las prácticas sociales*.
- URANGA, W. (2018). *Las políticas públicas como territorio de la comunicación*. Espacio de lucha política y simbólica. Inédito.
- VELÁSQUEZ BETANCUR, J. A. (2014). *La comunicación: fundamentos de las políticas públicas*. En Revista Comunicación, No. 30 p. 23 – 33. Colombia.
- WILLIAMS, R. (1980). *Marxismo y literatura*. Barcelona, Península.
- WISCHÑEVSKY, S. (2018, 30 de junio). Télam: Perón la fundó y Macri la quiere dismantelar. *Nuestras Voces*. Recuperada de <http://www.nuestrasvoces.com.ar/entendiendo-las-noticias/telam-peron-la-fundo-y-macri-la-quiere-desmantelar/>

Informes de gestión

1. Informe de gestión 2007 - 2011 Encuentro, Pakapaka, DeporTV y Portal educ.ar
2. Informe de Gestión 2015 – Educ.ar

8. Anexo

Entrevistas

1. Ariel Magirena (Trabajador de la TV Pública)	71
2. Carlos Brigo (Trabajador de Télam)	81
3. Facundo Agrelo (Ex Director de la señal PakaPaka)	87
4. Fernando Piana (Trabajador de Radio Nacional)	96
5. Jéssica Tritten (Ex Directora General del Polo Educativo de Educ.ar S.E)	104
6. María Rosenfeldt (Ex Directora de Canal Encuentro)	110

Ariel Magirena

Trabajador de la TV Pública

¿Cuál creés que es el rol que deben cumplir los medios públicos?

El rol de los medios públicos es fundamental porque es el que determina el comportamiento de la prensa en general. En este sentido estoy convencido que los medios públicos tienen que ser la garantía de la libertad de expresión, la garantía unanidad, la garantía de la profundidad y de la información con contexto. Y el rol que le corresponde de manera institucional es tener informada a la población así que eso es ineludible. Y generalmente tienen cuestiones de actos de gobierno pero, además, tienen el poder de dar los elementos de ponderación: de qué es lo que se está haciendo, de cuáles son las discusiones que se debaten dentro de las sociedades y representar cabalmente los sectores que componen esta sociedad. De esta manera, el tipo de cobertura federal, por ejemplo, expandir la posibilidad del debate, sustraerse a las cuestiones de agenda del mercado, es algo que pueden hacer los medios públicos y, de esa manera, influir sobre el funcionamiento del resto de los medios que debería también estar cumpliendo esto. Pero si el Estado no lo cumple, entonces nadie cree que lo debe cumplir.

¿Cómo funcionaron los medios durante el kirchnerismo y qué cambios notás que hubo a partir de la nueva gestión con Hernán Lombardi a la cabeza?

Bueno primero recordar que los medios públicos estaban muy degradados al momento de la llegada de Néstor Kirchner, ya podemos decir desde la llegada del gobierno de transición de Eduardo Duhalde. Los medios públicos estaban degradados profesionalmente y, sobre todo, tecnológicamente, un atraso tremendo. La Televisión Pública, donde yo trabajo, tenía la tecnología que había sido de punta en el año 51 cuando se inauguró pero seguía funcionando esa tecnología con muy poca adecuación. Y que recién pudo actualizarse tecnológicamente a partir de una inversión que hizo el gobierno de Néstor Kirchner en el año 2005 pero antes era con lo que lográbamos que siguiera funcionando. Lo mejor de aquel momento fue que por la aplicación de la comunicación privada en relación a lo que es fundamental para la sociedad

en relación con la información, tenemos que recordar que informar significa poner en forma y que comunicar significa hacer común. Esto quiere decir que aquello que yo conozco debo compartirlo y eso es hacer lo común. Que todo el mundo tenga capacidad de conocer para poder evaluar y sacar sus conclusiones. Lo mejor de aquellos momentos era que habíamos sido invitados a formar parte de los medios de comunicación donde teníamos oídos que nos eran accesibles. La gran dificultad que sobrevino a eso fue que la concentración de los medios privados, no solamente el monopolio sino el oligopolio que significó la cartelización de la comunicación bombardeaba con un mensaje planificado y los medios públicos se vieron obligados a compensar esa concentración y ese ataque planificado a partir de los medios con otra agenda logrando una estabilidad. Primero, los medios públicos no tenían el poder para contrarrestar la agenda dominante y, segundo, tampoco se ocupaban de expandir el debate sino simplemente de atravesar la posibilidad manipulación que manifestaron los medios privados. Sin embargo, nos encontramos con la debacle, porque en aquel momento hasta hubo discusión filosófica acerca del rol de los medios públicos. Para la administración de entonces los medios públicos eran los medios que estaban en manos del Estado y algunos periodistas y trabajadores de prensa en realidad creemos que público es el medio y que el Estado es el regulador del hecho incontrastable de que las licencias le pertenecen al Estado sí o sí. Por lo tanto, había ahí una falta de voluntad política para ejercer el control sobre las licencias que son públicas. Claro, se hizo el enfrentamiento no solamente con los medios concentrados en Argentina sino que la cartelización es a nivel global y hoy todavía lo estamos viendo eso. Luego de las elecciones del 2015, los medios públicos padecieron la debacle: respondieron, primero, a la nueva agenda falaz, mentirosa, agenda marketinera, una agenda feliz, una agenda de sonrisas y ocultaba los verdaderos problemas que tenía la sociedad o que tiene todavía. A eso le sumó el discurso liberal de que la información es un costo y para qué el Estado tiene que ocuparse de informar si hay medios privados que se ocupan. Esto también fue en desmedro del funcionamiento de medios públicos. La administración en particular de Hernán Lombardi y sus socios -porque él salió a buscar sus cómplices en las asociaciones de empresas privadas, a periodistas privados donde también participan algunos periodistas de medios públicos pero que evidentemente responden a una agenda que no es la agenda nacional-. No tiene ningún vínculo con la cultura, no tienen más que como expresión el compromiso ético de hecho vemos cómo las asociaciones de profesionales de la

comunicación terminan premiando a los manipuladores, a los mentirosos, a los que manejan la información, a los que la manipulan, a los que crean persecución, crean agenda para desinformar para distraer. Porque si hay un poder que tiene la comunicación desde la perspectiva de la hegemonía que ejercen, no es tanto en conseguir que la sociedad piense de determinada manera si no que piensen en lo que quieren que piensen por eso la agenda social siempre está postergada. En ese sentido, desde la administración de Hernán Lombardi, del presidente de FOPEA, Néstor Sclauzero, la de los periodistas de la Nación o de Clarín haciendo operaciones, mintiéndole a la sociedad sobre las cosas que ocurren, siendo cómplices de delitos gravísimos, un verdadero terrorismo informativo, fue acompañado de vaciamiento, de censura de persecución de trabajadores de violación de los convenios. Hoy da pena, en el canal en el que trabajo, recorrer los pasillos y verlos vacíos. Que no tengan producción propia, que en la producción se mienta. esta administración la considero a la luz de los 25 años que yo tengo como trabajador de la tv pública como la que peor nos ha tratado a los trabajadores de prensa y además el maltrato no solamente se ejecuta desde la censura, desde la persecución, el maltrato personal a los trabajador sino en el hecho de negarnos la posibilidad de trabajar para aquello que nosotros nos formamos. tenemos una reducción horaria, tenemos reducción salarial de la violación de los convenios, se han levantado las coberturas de la noche, se han levantado las coberturas de los fines de semana, no se cubre la realidad que está más allá de 49 km que es cuando tienen que comenzar a pagar viáticos que son derechos que hemos adquirido con años de lucha, es verdaderamente... necesito un adjetivo para definirlo, es tenebroso lo que está haciendo actualmente este gobierno con los medios públicos.

¿Cómo empezaron a organizarse entre los trabajadores y trabajadoras?

Naturalmente nos encontramos con las dificultades que se encuentra la sociedad. hay un plan desde los medios hegemónicos de afectar nuestros estados de ánimo y de imponer el medio. La sociedad tiene miedo, los individuos tenemos miedo, la familia tiene miedo. Miedo a no llegar a alimentar a sus hijos. Hoy nos encontramos con que los hechos delictivos son gravísimos y cotidianos y no encuentran más que un tratamiento espectacular o hasta punitivo pero no se discute el problema que estamos atravesando. este miedo de no llegar a fin de mes

también se convierte en el miedo a seguir teniendo trabajo a fin de mes. Una sociedad fragmentada de esa manera, defendiéndose de los daños que le pueda generar el gobierno también se refleja en los ámbitos laborales. En los medios públicos también ocurre esto. Es muy difícil para los trabajadores organizados también ponerse de acuerdo en tomar medidas cuando una enorme proporción tiene familias que solventar y que te deja pensando en colectivo más allá de quienes tengamos o no posiciones más duras para ofrecer terminas pensando en lo que decide la mayoría en virtud de lo que cree que le conviene. No es fácil eso, tenemos sí actitudes de solidaridad entre los colectivos de trabajadores de los medios públicos y hemos visto cómo han probado distintos planes para doblegarnos. En Télam comenzaron con despidos de a uno, comenzaron con el acoso a la compañera Andrea Holgado y siguió años después con un despido masivo y esto continúa con una resistencia a la reincorporación de los trabajadores y la mudanza de Télam a un lugar que queda lejos de las redacciones ejerciendo un control remoto sobre la agencia que implica el vaciamiento, la degradación de la agencia. Ellos no quieren una agencia que además es un emblema de un proyecto de nación. Télam nace como alternativa a las agencias internacionales que nos marcaban la agenda. Hoy la BBC pero en aquel momento eran otras las que manejaban la agenda periodística de todo el planeta y la única alternativa que existía y que hizo el entonces presidente Perón para oponer a esa hegemonía fue Télam que era la agencia telenoticiosa latinoamericana que había nacido como una propuesta nacional pero tenía un proyecto para la Patria Grande que no se pudo consumir a la fuerza por los poderes reales. Contrario a lo que comenzaron a hacer con Télam, en radio Nacional y en canal 7 hicieron la caducidad de los contratos. Aprovecharon las características que tiene el trabajo de los que participan de la programación que son contratos distintos, que están establecidos por los convenios pero que tienen esta característica de caducidad que pone a muchos en riesgo permanente. Una verdadera administración defensora de la libertad de expresión podía haber continuado con esos periodistas pero esta decidió sacarlos de encima, incluso de la pantalla de canal 7. Pero en Canal 7 eligieron otra estrategia que es que los colectivos de trabajadores no se articulen. Lo único que pueden hacer es movilizarse juntos, protestar juntos, expresar su solidaridad pero a Télam le pasó los despidos, no le pasó lo que a nosotros que significó la reducción salarial, la violación de los convenios y tres años sin paritarias. esto lo que hace es q la tv pública que tenía el nivel de ingreso que cualquier canal privado de la argentina porque así

lo estaba asida a los convenios, esta vez es el medio peor pago, el medio televisivo peor pago y con lo que eso impacta sobre todo en las categorías más bajas. Nosotros tenemos que reconocer que nuestros trabajadores, porque tampoco es que ha habido un gran ingreso o una gran renovación generacional en nuestro canal, sino que hay muchos que tienen las categorías más bajas. Lo que es un motociclista o un ayudante de cámara que son padres de familias numerosas y que son compañeros que cuando llega el día 20 del mes comienzan a tomarse francos porque no tienen para cargar la sube.

Con respecto a la baja en el nivel de audiencia y el vaciamiento de contenido, ¿qué es lo que sucede frente al avance de los medios hegemónicos?

Hay una cosa que no dice el gobierno sobre todo cuando se refiere a los costos de mantener la información pública o la comunicación pública y es que los medios públicos tienen recursos genuinos que provienen del presupuesto nacional, que provienen del presupuesto que les otorgan la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y que provienen de toda la actividad privada en relación con la comunicación sobre todo la audiovisual. Hay empresas que facturan mucho dinero y que de su tributo se mantiene la comunicación pública. Los medios públicos ya por ahí ingresan un montón de plata pero además han sido autorizados en la década del 90 a participar del paquete publicitario, lo que quiero decir es que ingresa dinero por tres lados: por el presupuesto nacional, por la publicidad oficial e ingresa por la publicidad privada. Con lo que, en el caso de la tv pública, es un excelente negocio. Ya lo supo en su momento la Alianza cuando lo gobierno y cortó su producción en fetas donde cada productora amiga del gobierno tuvo su espacio, donde concretamente le robaba al canal porque se ponía de socia con el canal que sostenía toda la estructura de lo que significaba armar un programa y luego se quedaba con la mitad de las utilidades. La actual administración es todavía más perversa, primero porque el gobierno se ocupa de que los funcionarios sean enormemente ricos, los salarios de los funcionarios se equipan a los salarios de la televisión privada y está bien porque son parte de un enorme negocio, lo que está mal es que en oposición a esto los trabajadores seamos los sometidos al ajuste y que la modernización tecnológica que necesariamente debe producirse y más en los tiempos que estamos corriendo, no se produce y eso son gastos en los que no incurre como parte de este

plan de vaciamiento. No se justifica bajo ningún aspecto y es además una falta de respeto a la sociedad, al espectador que está esperando algo que la televisión pública no le da como una rebaja tan grosera en la calidad de lo que ofrece la pantalla que eventualmente se ha vuelto invisible: la tv pública hoy tiene programas de rating 0. Esto significa que no alcanzan al mínimo de medición que las medidoras privadas toman en consideración.

Hubo en este milenio la particularidad desde el gobierno de transición de Duhalde de participar de los trabajadores de la TV Pública de la conducción de los espacios periodísticos propios así que si bien se contrataban conductores de acuerdo con los contratos artísticos que siempre existen en televisión, se tomaba en cuenta a los trabajadores de carrera y teníamos, junto con las estrellas que eran contratadas de afuera, los que cobran su sueldo, tienen su categoría y están habilitados para tal función. En su momento yo tenía una cuestión particular. Yo creo que los medios públicos tienen que estar abiertos a los trabajadores de la comunicación de todo el país. Tiene que accederse a través de concursos, castings. El medio tiene que ser transparente. Un profesional que quiera aspirar a conducir un espacio de noticias pueda tranquilamente participar de un concurso y competir con otros que es conocido pero que probablemente tenga la misma calidad para ofrecer o a veces mayor. Aunque eso no se pudo hacer en ningún momento. Hay una histórica concesión a que la televisión contrata al conductor que se le canta. Y está bien pero en este caso lo hace retrocediendo en derechos adquiridos no simplemente porque nuestros compañeros estaban conduciendo esos espacios y se lo habían ganado durante años de experiencia en eso sino porque además al sacarlos nos niegan la posibilidad a otros que quizás tuviésemos aspiraciones a las mismas posibilidades. Eso es una violación porque hay dos clases de derechos que reconoce nuestra ley. Una es la que tiene que ver con los derechos convencionales, pero también hay derechos que son adquiridos durante sus usos y costumbres y nosotros ya teníamos esa participación ganada y al retirar a nuestros compañeros de la conducción de los noticieros nos están censurando. Ya nos venían censurando, bueno nos sacaron a algunos del móvil. Yo hacía mi móvil en vivo todas las mañanas y ahora no lo hago ninguna mañana y es realmente fragante. Y vuelven a avanzar sobre nosotros en esta injuria cuando, además, sacan a nuestros compañeros de la conducción.

¿Cómo creés que tenemos que repensar los medios públicos en función del rol que deben ocupar en la sociedad?

Creo que llegó el momento de discutir los medios públicos. Hubo mucho de esta discusión de los filosófico cuando se debatió la Ley de Medios. Sin embargo, no se llegó a dar un corpus filosófico del rol de los medios públicos porque no era ese el sentido de la ley. Se daban las discusiones pero no era ese el sentido de la ley sino que era un marco de regulación. Idealmente ese marco de regulación, digamos ejecutivo, sigue teniendo vigencia pero la tecnología nos está pasando por encima. Esto lo sabíamos cuando discutimos la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el año 2009. Sabíamos que era una ley que en 10 años iba a ser pasada por encima por la concentración de los medios por el doble, triple y cuádruple play que nos iba a pasar por encima por el hecho de que la comunicación inalámbrica o incluso la concentración por las líneas de internet nos iba a pasar por encima: cualquier medio que quisiera iba a eludir la regulación. Por eso era importante que se hiciera mientras la ley estuviera vigente. Ahora probablemente necesitaríamos tener una fortaleza muy superior para influir sobre el tráfico de información en las redes que es bastante sinuoso, muy difícil porque roza puntos de censura. Roza la arbitrariedad en otros casos, la discrecionalidad. Tampoco se puede pensar a nivel nacional porque te arman un canal acá y te lo hacen venir desde Uruguay, ponele, y así se esquivo la regulación. Tendría que ser muy eficaz, muy sofisticado para decir bueno, 'esto no lo dejo entrar y, ¿por qué? ¿no?'. Sin embargo, lo que sí deberíamos es conseguir que los medios públicos se conviertan en lo que consideré al principio de la entrevista. Que sean el ejemplo, la locomotora que lleve adelante un proyecto de comunicación con ecuanimidad, con sentido ético, con compromiso, con contexto, con rigor histórico que hoy, lamentablemente, carece. Si yo pienso los medios públicos en un próximo gobierno quisiera que contemplara todos los sectores de la sociedad. Pero contemplarla con reglas claras. O sea, ¿federalismo? Entonces hagamos televisión y radio hacia adentro como sí decía la ley, como sí destacaba la proporción de producción propia que debía publicarse, desarrollarse. Convocar a los sectores siempre postergados de la sociedad. Hoy no están presentes salvo por sus medios nunca legalizados gracias a la oportunidad que perdimos. La voz de los trabajadores, de los desposeídos no están en los medios de comunicación más que como, a veces, los culpables de la crisis que en realidad

proviene de otro lado. Y por otra parte creo que necesariamente los trabajadores de los medios públicos tenemos que tener una voz en la mesa de discusión para transparentar, para democratizar, para expandir y culturizar a través de los medios.

¿Creés que es necesario pensar en una comunicación ya no sólo contrahegemónica sino también emancipadora?

Los dos ejes que planteas (contrahegemonía y emancipación) tienen que ir juntos, no son excluyentes y son fundamentales porque hablan de soberanía. Soberanía cultural fundamentalmente. Con el actual modelo de medios se ha alcanzado la categoría de hegemonía que el pensamiento no había previsto más que idealmente. Los intelectuales de la década del 70 hablaban de la consolidar de un modelo hegemónico pero actuaban frente a modelos dominantes. En relación con la comunicación, la dominancia tiene una característica pero la hegemonía es la capacidad que tienen los sistemas de reproducirse a sí mismos y nosotros estamos en esa categoría hoy. Esto significa que el modelo hegemónico de comunicación habla por las bocas nuestras. Es necesario, para contrarrestar un modelo hegemónico -contrario a lo que ocurría cuando hablábamos de modelos dominantes que podíamos ofrecer modelos alternativos-, al modelo hegemónico solamente le podemos oponer otro modelo contrahegemónico que demuela esas lógicas del modelo hegemónico. Y, por otra parte, emancipador, sí. Lo que estamos atestiguando es la sofisticación del sistema capitalista de tal manera que ni siquiera podemos creer que las sedes económicas tengan las mismas características que tuvieron en la década del 70. Hoy el capital no significa ni se comporta de la misma manera; el dinero, como lo dijo alguna vez la ex presidenta Cristina en la reunión del G20, está circulando un dinero financiero que triplica la capacidad del planeta de producirlo con lo que revela la mentira del modelo capitalista pero también lo que revela es el poder. Hay dinero, se puede fabricar más dinero para comprar todas las voluntades, para comprar los pensamientos, para comprar los manipuladores y para ejercer la violencia de todos los puntos que se te ocurran. Para eso necesitamos muchísima participación y muchísimo aliento a aquellos a los cuales queríamos oxigenar cuando debatimos la ley. Ese tercer sector, el grupo de comunicadores que no busca el rédito económico como fin. Pero que sí necesitan ser solventados, necesitan ser sostenidos.

Necesitan sostenerse. Y es fácil entender esto y el rol le corresponde al Estado, siempre. Porque uno dice que la educación es un derecho, entonces el Estado se ocupa de pagar los salarios de los docentes, construir escuelas, tenerlas en condiciones; también uno dice que la seguridad es un derecho entonces se forma a los policías, se les da las armas, se construyen comisarías; también se dice que la salud es un derecho entonces se hacen hospitales, se pagan los salarios de los médicos, se compra instrumental, tecnología; y la comunicación es un derecho, pero que se arreglen como puedan. Bueno, necesitamos que se entienda que si la comunicación es un derecho hay que asistir todos los proyectos autogestivos de comunicación. Que, si hay una comunidad que tiene la inquietud de tener una radio para sí misma, supongamos una comunidad, una villa, un barrio y la manifiesta al Estado y tiene un proyecto, el Estado debe dar las herramientas como existen en otro lado del mundo. En la vapuleada de Venezuela los barrios -ellos llaman barrios a lo que nosotros llamamos asentamientos o villas- manifiestan esa necesidad y las universidades les enseñan cómo hacer las minucias. Nadie enseña a nadie a comunicar. Enseñan minucias, elementos para ejercer la comunicación pero comunicar nos comunicamos todos desde el momento en que nacemos y antes de hablar. Entonces la petulancia esa de que yo te enseñe a comunicar: no. Pero como conozco algunos elementos para que la comunicación sea más eficaz yo te los comunico, te los comparto, te los convido, te asisto. El Estado puede ocuparse de darle la tecnología, la que necesite el barrio, no necesitamos una radio que compita con las radios más potentes del país. Una que necesite el barrio y que vuelva a cumplir el rol de comunicar. De hacerlo común.

¿Cuáles son tus expectativas en este año electoral respecto al rol de los trabajadores?

No soy muy optimista, creo que los próximos meses van a ser de resistencia. Creo que debíamos resistir los primeros meses y debimos haber pasado a la ofensiva en los siguientes meses cuando todavía había expectativas sobre el segundo semestre. Creo que los trabajadores de medios públicos en el segundo semestre debimos haber sido, y cuando todavía no nos habían cambiado las condiciones, debimos haber tomado la iniciativa de democratizar la información, de fortalecer el rigor de la información, y de expandir la zona de influencia, de participar. Sobre todo porque nosotros nos encontramos con funcionarios

pero el resto somos todos de carrera y somos todos de muy distintas ideologías. Así que la posibilidad de democratizar un medio público es infinita. Hasta somos contradictorios unos con otros. Así que eso se podría hacer. Creo que los medios públicos no están interpelando a la sociedad porque la política no está interpelando a la sociedad. Porque no hay sectores reales que están interpelando a la sociedad y porque el modelo hegemónico lo que hace es fragmentar a la sociedad para evitar la interpelación.

Carlos Brigo

Trabajador de Télam

¿Cuál es el rol social que, entendés, deben cumplir los medios públicos en general y la agencia de noticias en particular?

El rol social debe ser comunicar, integrar el país, comunicar qué es lo que pasa con los argentinos, qué es lo que sucede en cada comunidad, con las organizaciones. Tener una visión integral sobre lo que pasa en el resto del país, en los pueblos. Sobre todo la cuestión cultural, bueno la cultura yo creo que engloba todo. Tener un conocimiento del lugar que habitamos, una identidad propia. Creo que básicamente es eso poder informar. Somos el medio como para poder llegar a la comunidad e informar con una visión propia. Propia en el sentido en que lo pensó Perón. Télam la funda Perón con esa consigna: tener una visión nacional acerca de los problemas de los argentinos. O sea una visión propia de la cuestión nacional.

¿Cómo fue el desarrollo del medio durante el kirchnerismo y cómo ves ahora ese desarrollo?

Todos los gobiernos intentan hacer de los medios públicos y, bueno, concretamente Télam un órgano de propaganda: lo hizo el kirchnerismo también. Pero un poco más disimuladamente. Realmente había una pluralidad de voces, había una campana, otra campana. Y básicamente también se hacía hincapié en las obras de gobierno. Había unas cuantas obras de gobierno para poder difundir. Con todos los medios privados en contra del gobierno kirchnerista, la función de Télam era justamente intentar contrarrestar ese aluvión de “caca” que venía de los medios privados. Donde para los medios privados, los dos gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner fueron un desastre, que estábamos por ser Venezuela, que había una inflación del 3% y era una barbaridad y había mucha inseguridad todo esto entre comillas, ¿no? Entonces se intentaba desde Télam contrarrestar ese aluvión propagandístico contra el gobierno. Lo que hace esta administración macrista a es vergonzoso. Es lisa y llanamente un órgano de propaganda: no hay pluralidad de voces, hay

una sola campana, cubrimos -únicamente- actos oficiales, declaraciones oficialistas. Está prohibido, tenemos prohibido -yo como fotógrafo- mostrar la protesta social, por ejemplo. O sea: lo que no se ve no existe. Y no es necesario porque tenés a todos los medios que están blindando este gobierno, por lo menos para disimular podrían meter una cuña y hacer algo un poco más digno pero no, de ninguna manera. Hay una propuesta de que la agencia Télam pase a tener control parlamentario pero no quedó en nada, está cajoneada. Porque a ningún gobierno le conviene que tenga control parlamentario. Ya te digo, todos intentan hacer uso de esa agencia de publicidad digamos. Que ya te digo pero más levemente y en paralelo promovió otras políticas. Estos no, estos de ninguna manera. No cubren ninguna protesta social. Y si se cubre, muy sesgadamente. Con títulos y epígrafes que te van conduciendo a que vos veas otra cosa de lo que estás viendo. Es vergonzoso lo que están haciendo. El proyecto está ahí y dudo que avance, el congreso no está trabajando. A los tipos no les interesa. Ellos tienen un guión y no van a correrse un ápice. Vinieron a saquear el país, a hacer un país para 25 y que todo el resto seamos los esclavos.

¿Qué sucedió con el reglamento de sorteos y la asignación de causas?

Los que fuimos reincorporados estamos colgados de un pincel. La comisión interna de Télam habló con el presidente de la cámara y el presidente de la cámara le aseguró que ellos no van a aceptar ningún tipo de injerencia por parte del ejecutivo. Que la cámara va a ser la misma y que va a fallar en los tiempos que ellos consideren que tiene que fallar. Estamos reincorporados mediante una cautelar o sea falta el fallo definitivo. Pero, según el presidente de la cámara, ellos van a respetar sus tiempos sin ceder a las injerencias del ejecutivo pero eso no quita que los tipos estén operando o amenazando jueves. En fin, la práctica habitual que están haciendo como todo gobierno totalitario, ¿no? Yo fui uno de los despedidos y he sido reincorporado de manera cautelar. Pero con la cobertura mediática judicial que tienen, la gente no se entera de esto y entonces la nave va, hasta que explote.

¿Cómo se organizaron para resistir a este avasallamiento?

Estamos organizados, estamos unidos, estamos muy fuertes. Pero lo que sí estos tipos han intentado meter tuñas y han querido romper -de mil maneras- esa unidad con descuento de sueldos, suspensiones, sanciones diversas y abrieron -digamos- una sucursal de Télam en Tecnópolis. Donde desde allí comenzaron a trabajar en clandestinidad -diría yo- porque todavía estaba el paro los directivos aunque también algunos trabajadores que cedieron, fueron a trabajar allá, a Tecnópolis, muchos otros trabajan de manera remota, desde la casa. Lo cual ya está marcando una diferencia de injusticia digamos. El periodismo no se puede laburar desde la casa, tenes que estar en la calle, en el lugar de los hechos. Por teléfono no se labura, mirando por televisión las noticias y refritando luego eso no es periodismo. O sea eso es lo que están haciendo. Todos los jefes están en Tecnópolis y los trabajadores estamos acá en Av. Belgrano y nos comunicamos por un sistema que se llama *Slack* que es como un messenger pero interno donde pareciera que el que habla es un robot: “Buenas tardes fulano de tal, 08:30 hs tal dirección, tal nota”. Nada más. No hay intercambio, en periodismo si no hay intercambio si no hay cara a cara, no se puede. Muchas veces las notas salen, surgen de la charla, de estar tomando mate y se te ocurre algo y ves qué podés hacer. Acá no. Tienen una agenda oficial. Se cubre lo que es oficialismo y nada más. Y se soslaya la cuestión oficial. Es eso, propaganda, propaganda nazi, Porque además tergiversan y mienten. Porque además trabajan mal. La página de fotografía tiene unos errores espantosos, han puesto a trabajar a editores que ni siquiera son editores, ni siquiera son fotógrafos. En periodismo también, hay gente sin experiencia que los han nombrado jefes, gente que toma decisiones. Una de las gerentes de periodismo, Magdalena Cash era youtuber como única experiencia en comunicación. Son improvisados. Los trabajadores que trabajan desde sus casas o que están en Tecnópolis representan un 20%. Télam es un servicio que se le brinda a los medios de comunicación de país. Lo levantan diarios, radios, portales. Durante el conflicto me tocó hablar con muchos medios del interior que querían saber y me decían que ellos estaban desesperados sin Télam porque no tenían manera de informarse y saber lo que estaba pasando, por ejemplo, en Córdoba. Estando en Córdoba no saben qué es lo que está pasando en Chaco, en Jujuy. Como te dije antes, saber qué sucede en el resto del país. Ese es uno de los roles de Télam. Han cerrado corresponsalías. Esa es una de las estrategias que tienen para invisibilizar lo que está ocurriendo en Argentina. En Chaco, por ejemplo, no hay más corresponsales. Entonces, ¿qué pasa? Vos no te vas a enterar nunca de lo que está pasando

en Chaco. ¿Acaso está todo tan bien en Chaco que nos enteramos de nada? Bueno, esa es la estrategia que utilizan. Por eso cierran las corresponsalías, además del causante de desfinanciamiento. “Está todo bien, no hay hambre en el Chaco”. Han cerrado 8, 9 corresponsalías en todo el país. Y las que funcionan lo hacen erráticamente. El punto es que le quitan el derecho a la comunicación a la ciudadanía. Al no estar informado, tomas malas decisiones. Vos tenes que saber qué es lo que está pasando para poder decidir acerca de tu vida. Un ejemplo vulgar: si no tenés a nadie que te del pronóstico a la mañana, vos salís sin paraguas y de pronto llueve. Eso como un ejemplo. Pero bueno, necesitamos estar informados y comunicados regionalmente y en todo el país. Si no, no hay manera. Es un hormiguero que le pegaste una patada y cada uno por su lado.

¿Qué medidas tomaron junto a los trabajadores y trabajadoras?

Realizamos un paro duró 103 o 104 días. Paro y ocupación pacífico del edificio. El paro fue el más largo en la historia del periodismo argentino. Nunca hubo un paro que durase más de 100 días. Por otra parte, a luz de lo que se ha fallado hasta ahora, ha sido el único conflicto que le ha torcido un brazo al gobierno, que le ha ganado al gobierno en su afán de despedir gente, acá no han podido. Han podido en muchísimos estamentos. Acá no han podido hacerlo gracias al fallo de la justicia que ha sido producto de la lucha de los trabajadores y de la visibilización. Fue un conflicto que tuvo muchísima visibilización. Con acciones que llevamos a cabo diariamente, todos los días. Donde había feria de libros, grupos de música, partidos de fútbol en la calle, recitales. Nos visitaban políticos todos los días, sindicalistas. La gran mayoría de los sindicatos han dado una muestra de solidaridad impresionante. Aportaron al fondo de lucho, para sostener la cartelería, el paro. Hemos hecho acciones relámpago. Porque cualquier hecho si pasa un tiempo pierde el interés. Nosotros no nos podíamos permitir que este conflicto deje de estar en agenda. Entonces cuando ya dejó de estar en agenda, nos colábamos por delante de las cámaras, poníamos carteles con la consigna “Acá falta Télam”. Muchos colegas se hacían eco de eso y les decían a los funcionarios: “¿Qué opinan que acá no está Télam?” “Aquí debiera estar Télam”. Fue impresionante y emocionante cómo no ha apoyado la ciudadanía. Creo que gracias a eso se ganó el conflicto, o se viene ganando. Luchar garpa dijimos nosotros cuando salió el fallo.

¿Cómo es el día a día en el trabajo?

Este es un edificio de 10 pisos, funcionaban 8 y cerraron el sector de radio, por ejemplo. Los trabajadores cobran su sueldo pero les dijeron a los trabajadores que no vinieran más. Una radio que tenía un nivel muy alto de audiencia. en el interior del país. Se hacían muchísimas notas con actores políticos, gente del quehacer cultural y social. Notas que eran levantadas por los famosos podcasts. Bueno cerraron la radio directamente y licenciaron ya desde el año pasado a los trabajadores. Siguen cobrando pero no vienen porque realmente no tienen nada para hacer. Cuatro pisos directamente los vaciaron, se llevaron todas las computadoras, los escritorios, bajo el argumento de la austeridad, se llevaron hasta los inodoros de los baños. Bajo el argumento de la austeridad pero por otra parte han contratado mucha gente para trabajar en Tecnópolis. Cagándose en el decreto de Macri donde hace un año dijo que se congelaban los ingresos de personal en el estado. Acá siguen entrando con sueldos altísimos, que duplican y hasta triplican la media. Continuamos con la paritaria cero desde el 2016. Son muy mediocres estos tipos. Lo que quieren es perpetuarse en el poder y que nadie se entere que están robando.

¿Cómo ves el panorama?

Tenemos apostadas todas las fichas a un cambio de gobierno donde podamos desarrollar profesionalmente el laburo como corresponde. De la manera que estamos funcionando no podemos seguir funcionando. Porque tenemos un alto grado de consciencia que al ser empleados públicos el sueldo nos lo pagan vos y todos. Además de tener una vocación muy grande. Lo personal está ligado a lo afectivo. Amamos nuestro laburo y cuando vemos que una banda de improvisados pretende hacer las cosas de la manera que la están haciendo o sea mal la verdad que duele, te llena de impotencia y no podés modificar nada. Excepto rebeldías aisladas o discusiones que podés mantener por el *Slack*. No hay forma de mantener un intercambio. Cuando planteas algo por ese sistema de comunicación no hay respuesta. No contestan. Sin embargo, después los escuchas en los medios de comunicación como los reyes de la libertad de expresión, de la pluralidad de voces, y la mar en coche y no te contestan.

Entonces bueno, somos soldaditos que tenemos que obedecer los pedidos de esta gente. Yo, en tanto fotógrafo, puedo mandar mi manera de ver las cosas. Puedo colar algo de lo que pienso en la fotografía. Y como los editores que están en Tecnópolis no tienen la más remota idea, mando, mando y suben la foto. Podemos colar algunas cosas de lo que yo, en mi caso, veo, siento y pienso. Es más difícil el periodista porque escribe.

¿Qué creés que es importante profundizar cuando vuelva a haber un gobierno que represente los intereses de las mayorías?

Se necesita un cambio cultural muy grande. Hay que pensarlo a largo plazo. Hay volver a abrir las corresponsalías. Hay que hacer una cobertura integral de todo el país. Mostrar la problemática de cada lugar, de cada territorio del país. Cada cultura, cada música, cada fiesta cultural. Un poco también para bajar prejuicios y no tener que estar dependiendo de *San Patrick, Halloween*. Sino, tenemos un país riquísimo que está tapado, está escondido y cuando surge, también desde lo cultural, se deja de lado porque “son bolitas” “porque son indios”. Creo que tiene que ver con un cambio cultural que va a llevar años. Estos tipos tienen una maquinaria comunicacional de muchísima guita, y hasta internacional, donde nos destrozaron. Le destrozaron la cabeza a la gente. Yo creo que teniendo mayoría, hay que volver a reflotar la ley sca, que se cumpla esa ley. Una sola persona no puede ser dueño de todo. Hay que repartir el juego y repartir la pauta publicitaria de una manera más igualitaria. Eso antes lo hacía Télam y ahora lo hace jefatura de gabinete a discreción donde nadie sabe nada. Eso antes lo manejaba Télam de manera transparente, a cada medio en función de la audiencia, de la llegada. Ahora se les da pauta a los operadores: María Julia olivan, Majul ni hablar de Magnetto y toda esa gente. Yo creo que es necesario una ley y terminar con los monopolios. Ellos (Cambiamos) buscan que no haya encuentro. Que no podamos hablar, que no podamos reconocer que al otro le pasa lo mismo que a mí. Reconocer eso genera una fuerza distinta: uno no se siente solo y te dan ganas de pelear por lo que te corresponde.

Facundo Agrelo

Ex director de Pakapaka

¿Cuál creés que es el rol que deben cumplir los medios públicos?

El rol de los medios públicos va a depender de cada contexto. Nosotros más allá de un contexto general que justificó o motivó el nacimiento de Pakapaka. Debes haber escuchado ya que había 8 señales infantiles, las 8 eran de Estados Unidos. Básicamente el objetivo que nos planteamos en Pakapaka fue lo que nosotros llamamos democratizar el intercambio simbólico. Los medios producen bienes simbólicos, estos bienes simbólicos se consumen, hay una audiencia que consume. En general se dice que los chicos no tienen que ser consumidores sino ciudadanos pero los chicos consumen bienes simbólicos igual, no bienes materiales, y los bienes simbólicos circulan permanentemente. Lo que pasaba en la televisión infantil era que los bienes simbólicos que circulaban eran los que producían los canales extranjeros porque prácticamente no había producción infantil nacional y esos 8 canales se dedicaban las 24 hs a producir programas para los chicos. Democratizar no era generar una voz argentina para lidiar con esas 8 señales sino establecer que había algunos contenidos mínimos que nosotros creíamos que el Estado, los medios públicos, Pakapaka, etc tenían que poder brindarle a los chicos, por ejemplo, educación sexual. La educación sexual: de acuerdo al grado de información que acceda un chico de determinado sector social, va a incluir la educación sexual o no. Si va a una determinada escuela, si tiene acceso a información a través de la tv paga, de internet, de un celular etc o de distintos ámbitos bueno, va a consumir ese bien simbólico que lo va a ayudar en su formación, etc. Lo mismo, la ciudadanía, la participación, etc. Si no tiene acceso económico para acceder al cable, al celular, va a depender de que sólo en la escuela o en la flia o en el barrio se le brinden esos contenidos. Lo que nosotros decidimos hacer fue un canal público, gratuito, accesible para todos que brindase cierta información básica que tiene que ver con los derechos de los chicos. Ese era el rol principal de este medio público. En el fondo a lo que apuntaba era a moderar las desigualdades sociales que hay en la infancia, desde donde pueden aportar los medios públicos: los bienes simbólicos. No puede apuntar a achicar las desigualdades económicas,

sociales, geográficas pero sí las simbólicas. Ahora, las desigualdades que hay en Argentina pueden ser comparables con las desigualdades que hay en países de la región. No a los países europeos, que tienen otras desigualdades. Entonces, el rol de un medio público en Europa seguramente sea diferente, o la razón de ser sea otra pero sí la de Argentina es muy parecida a la del resto de los países de la región. Más allá que lo hayan o no definido explícitamente así.

Pakapaka fue primero una franja que se creó en 2008 y después se hizo el canal, en 2010.

¿Qué dificultades encontraron a la hora de crear el canal?

Nos encontramos con muchas dificultades, te puedo enumerar tres: la primera es que no había un antecedente similar en el cual apoyarse, Pakapaka fue la primera señal de esas características en Latinoamérica, es decir una señal pública dedicada exclusivamente a los chicos, en la región había franjas, había programación y canales privados pero no había una señal pública puntualmente infantil. Entonces, teníamos que formarnos nosotros, formar a otros y todo eso había que traerlo de experiencias ajenas a nosotros, de contextos diferentes como es el europeo. Más allá de que en todos los casos hay algunas similitudes. La segunda dificultad importante fue que a diferencia de Encuentro que entró en un terreno de mucha menos disputa en relación de señales, sí entró en otro terreno que es más lo ideológico pero en términos de señales Encuentro no tenía un canal cultural con el que competir. Pakapaka entró a competir con 8 canales privados que hacen negocio con la T infantil y nosotros hacíamos tv pública, sin publicidad y desaconsejando todo lo que producía, desaconsejando en el sentido de que nosotros poníamos la mirada en el chico como ciudadano, como sujeto de derecho, la antítesis de la mirada que tenían los canales privados (porque después fueron cambiando) pero básicamente veían a los chicos como consumidores de bienes materiales y sin ningún apego a sus necesidades en tanto ciudadanos, en tanto sujetos de derechos, en tanto sector vulnerable. Entonces tuvimos un montón de trabas en ese sentido. Con la ley SCA fuimos el canal testigo porque nosotros teníamos que entrar, Encuentro ya estaba en la grilla, entonces se sumó una cosa a la otra y vinimos a complicarles la vida a los canales infantiles. La tercera dificultad es que teníamos que legitimarnos porque no había una conciencia de la importancia de un canal infantil público y había que legitimarlo. La legitimidad sirve

para tener más presupuesto, que lo suban a la grilla, que no se cuestionen los contenidos. Esas son las tres grandes dificultades. Después había dificultades de todo tipo: cómo desarrollar un programa de filosofía para chicos, cómo hacer un programa de animación que compita con las animaciones de los canales privados con un cuarto del presupuesto que tenían los canales privados. Pienso que Pakapaka llegó como en un momento justo porque lo más importante que hizo Pakapaka fue sentar un precedente más que cualquier programa incluido Zamba. Este precedente incluyó: visibilizar a los chicos, sus problemáticas, sus necesidades, su lugar en la sociedad. Sentás el precedente y a partir de ese momento hay algo que cambia. Ahora, hace poco, por primera vez en 15 años hay un defensor de niños, niñas y adolescentes. Pakapaka además de ser una señal, lo más relevante que hizo fue abrir la discusión sobre la infancia que era algo que estaba absolutamente postergado. Los chicos en televisión aparecían como víctimas o como victimarios: como delincuentes o como víctimas de abuso sexual, maltrato, etc. Pero nunca como sujeto activo, de derecho. de demandas, etc. Pakapaka genera el precedente y eso no importa que desaparezca Pakapaka: no hay vuelta atrás. Ese es el hecho principal y llegó en el momento justo porque si hoy hubiese que hacer nuevamente Pakapaka probablemente no se hiciese en televisión porque los chicos ya están dejando de consumir televisión. Una de las cosas que quisimos hacer y que faltó tiempo pero no terminó siendo tan relevante en función de todos los otros logros fue empezar a generar muchos más contenidos para la web. La web permite diversificar mucho más. Pakapaka empezó siendo una señal para chicos de 2 a 12 años; después pasamos a dos franjas: una de 2 a 5 y la otra de 6 a 12; después pasamos a tres: 2 a 5, 6 a 9 y 10 a 12. En la web podés personalizar mucho más, podés ser más quirúrgico cuando quieres generar contenido. Eso se empezó a hacer, es más económico que trabajar para la tele, los costos de producción son mucho menores. Entonces hoy si se hiciese de nuevo un proyecto de contenidos audiovisuales para chicos se destinarían muchos más recursos a estas plataformas que a la pantalla. No es que quedaron cosas por hacer porque lo que se podía hacer en ese contexto, con ese presupuesto, con la vida útil de la televisión, se llegó a hacer. Se podrían haber hecho más cosas pero como lo más importante es el precedente bueno, eso se hizo. Quedaron cosas pero nada fue tan relevante como ese primer hito. El logro más importante fue visibilizar a los chicos.

¿Cuál es tu mirada respecto a lo que está haciendo esta gestión con los medios públicos en general y con Pakapaka en particular?

De los medios públicos en general yo creo que es una política que está medio en el ADN de este gobierno que es achicar el Estado, la participación del Estado, la incidencia del Estado. Particularmente en Pakapaka y Encuentro que son dos señales básicamente destinadas a generar contenidos, para alguien con una mirada negativa del Estado, es decir para los que piensan que toda intervención del Estado hace mal, que cuando lo hace es para alterar el orden natural del mercado. Cualquier participación del estado es incómoda, ni hablar cuando es contenido que va al corazón de todo esto que es el discurso. Ellos se sostienen mucho en el discurso y el Estado generando contenidos es como la antítesis. Ese fue el primer punto, eso después lo materializaron de determinadas maneras: con lo presupuestario; lo institucional; lo legal.

¿Qué pensás que debería haber hecho el gobierno ante la decisión del grupo Clarín de quitar a Pakapaka del paquete básico?

Lo que hizo Cablevisión es razonable incluso, ¿por qué vas a mantener una señal que no se renueva? Que repite cosas, que no invierte en calidad, que se va volviendo vieja. Que Cablevisión lo haya sacado fue consecuencia de algo que venía pasando. Se sabía que iba a pasar eso y Cablevisión no tiene la culpa. Cablevisión históricamente tampoco tuvo la culpa de no subirnos al principio. Si Cablevisión nos hubiese subido desde el minuto cero Pakapaka no tendría que haber hecho la campaña que hizo #PakapakaParaTodos, mucha gente no se hubiese enterado jamás de la existencia del canal. Nos favorecieron y lo reconocieron ellos mismos. No hay que echarles la culpa ni al principio ni al final: Cablevisión es la consecuencia. Y el Estado sí, claramente apuntaba a eso; el vaciamiento no lo iban a hacer de un día para el otro, no iban a cortar el presupuesto -más allá que nosotros sí subestimamos algo y es que nosotros creíamos que si nosotros trabajábamos bien y generábamos buenas señales la gente se iba a apropiarse de los canales y los iba a defender, no está mal como razonamiento pero nosotros lo que subestimamos es la profundidad del ataque a los sectores populares que hubo. Cuando tenés miedo a quedarte sin trabajo, a no tener para comer, no

tenés tiempo ni para acordarte que había una señal pública y que la están vaciando. Así todo se cuidaron de no hacerlo de un día para otro porque hubiese generado algo. De hecho, cuando vacían Tecnópolis rompen para provocar un muñeco de Zamba, alguien le saca una foto, esa foto circula y bueno, les hizo pasar un momento incómodo, no pasó desapercibido. Lo otro (el cierre) hubiese generado momentos más incómodos entonces ni siquiera te tomaron el trabajo de eso. Mucha gente ya había dejado de ver la señal porque era gente fiel al proyecto y no necesariamente a los contenidos, eso pasó mucho. Pero los chicos que seguían viendo, las nuevas camadas porque PakaPaka cada dos años renovaba toda la audiencia, para ellos al principio -que se seguían teniendo los mismos programas- no generaba nada porque todos los canales hacen eso: refritan. Lo que hicieron fue ir envejeciendo la señal, en vez de correr los programas volvían a pasar los mismos. A Zamba sí lo fueron corriendo, los nuevos programas que sacaban no tenían el menor cuidado ni de contenido, ni de estética, ni de producción. De contenido directamente no saben. La gente que pusieron no saben ni de televisión ni de infancia. No es que saben una de las dos: no saben ninguna de las dos cosas. Y era gente que ni siquiera sabían trabajar en equipo. Nosotros además de formarnos trabajamos en equipo y ellos todo contrario. No hubiesen podido hacer un buen programa infantil -por lo menos en los términos que lo entendemos nosotros- entonces, le seguían destinando algo de presupuesto, mucho menor al de antes, lo usaban mal ese presupuesto porque pagaban las series mucho más caras, o sea el costo de producción era mucho más caro porque no hacían animación sino ficción y en lugar de cortarlo de un día para otro lo fueron precarizando. Después vinieron las consecuencias: los chicos se empezaron a cansar y comenzaron a buscar señales más vigentes, que se fueran renovando, que hablaran de temas más actuales. Entonces primero se fue perdiendo audiencia y después terminó en esto de Cablevisión “ah no, pero si esto no se renueva para qué lo vamos a tener acá. Si alguien la quiere ver no la sacamos pero la dejamos en el Premium”. No sé cuánto de eso fue planificado. Han demostrado en una serie de cosas que hay más torpeza, improvisación. Entonces esto puede ser también producto de la improvisación y la clave es que iban a esa dirección, más rápido, más lento. No sé cuánto planificaron pero seguro van en esa dirección porque no les importó en ningún momento. No les importa ahora, no les importó al principio que el estado incidiera en nada y menos en contenido para chicos.

¿Qué significa Zamba? ¿Porque creés que está gestión decidió, particularmente, dejarlo tanto de lado?

La característica más importante de Zamba es que fue la síntesis del proyecto. Zamba era, desde la ficción, un chico de Formosa de una escuela pública que se aburría de la escuela y que era curioso. Cuando se aburría iba a buscar sus propias aventuras, que le interesaban las cosas que pasaban, no era una mirada que subestimara a los chicos, eso por un lado mezclado con la intención que estuvo desde un principio, el germen de Zamba que fue contar el bicentenario, explicar que parte de la filosofía de Pakapaka era visibilizar a los chicos y una de las cosas que estaban invisibilizadas eran las preguntas de los chicos y una de las preguntas de los chicos están muy relacionadas con la información a la que acceden y que circula alrededor de ellos. En el 2010, un paneo por cualquier medio daba cuenta de que iba a haber festejos por el bicentenario. Pero chicos, ¿qué es el bicentenario? Bueno, ese fue el germen de Zamba: contemos el bicentenario a los chicos para contar la Revolución de Mayo. Zamba con lo que se metió, digamos su razón de ser fue contar la historia. La historia siempre trae polémica. A los chicos, a los adolescentes, a los adultos básicamente porque no hay una verdad. Hay verdades, pero hay tantas verdades como intereses en juego entonces obvio que iba a traer conflicto, no estábamos descubriendo nada. Lo que Zamba hizo y generó mucha incomodidad, tocó una fibra fuerte es, le contó todos esos quilombos que se discutían entre los adultos, a los chicos. A los chicos se les dijo: “No, no es necesariamente eso, puede ser esto pero también esto y San Martín podía hacer esto y también decir esto y Belgrano y Bolívar y existió Juana Azurduy”. Se les empezó a hablar a los chicos de cosas que antes no se les hablaba porque se los subestimaba, por miles de razones. A mí me tocó estando enfrente del canal y hablamos de Sarmiento en Zamba. Lanata bastardeaba el programa, salió en TN y, ¿por qué? Porque ellos lo tienen con ser immaculado que y nosotros en realidad no hicimos nada que no hubiera hecho el propio Sarmiento. Sarmiento lo escribió en el Facundo y de ahí se extrajo eso que para ellos era bastardear un prócer. Esos son como los dos grandes ejes de Zamba: por un lado, la síntesis del proyecto y, por otro lado, un reflejo de algo que sucede en nuestra sociedad y que no se le quería contar a los chicos y que los chicos tienen el derecho como cualquiera a participar de esa discusión incluso. Después cosas más anecdóticas que se discutía si se generaban estereotipos de algunas figuras si estaba bien decir “Me aburro” y

correrse del ámbito escolar para adquirir conocimiento. Pero esas son cosas mínimas al lado de las otras.

¿Hubo una notoria caída de audiencia?

Metodológicamente hay diferencias porque nosotros calculábamos con el presupuesto, todo lo que era pantalla, todo lo que era territorio. el parque Zamba, el parque Pakapaka en Tecnópolis, los musicales de Zamba, los festivales de Pakapaka en todo el país entonces era un presupuesto grande. Lo que es seguro es que en términos de cantidad de producciones bajó sustancialmente, bajó de, no sé 2015 hubo 25 producciones por inercia porque viste que las producciones son largas, la mayoría fueron de la gestión anterior pero igual bajó porque se iban haciendo producciones en el año ponele que hubo 15 ya ahora habrá cinco, cuatro. Ni siquiera decidieron tercerizar la generación de contenido. La página de Facebook se congeló en la cantidad de seguidores. Venía creciendo exponencialmente y en un momento entró en una planicie. Hay algunos datos que se pueden medir más, la señal no tenía medición de audiencia. Empezamos todo un proyecto en el 2015 con un sistema de la UNSAM, era una medición que iban a hacer las universidades nacionales porque la medición que había hasta ese momento que era la de Ibope tenía muchas fallas metodológicas, tomaba sólo AMBA, hacía una proyección de AMBA a todo el país cuando nosotros sabemos perfectamente que los consumos culturales son absolutamente diferentes. Pero eso obviamente en 2016 voló porque cómo el Estado iba a financiar en algo que se encargaban los privados. Pero hay formas de saber: si ves las visualizaciones en la web se pueden sacar. Básicamente lo que pasó fue que venía subiendo y se estancó todo. No es que desapareció. Por suerte nosotros subimos todo a la web previendo que podía haber algo y, evidentemente, pasó. Hay una discusión muy fina que es de otro orden que es bueno, el día de mañana Google baja YouTube y nos quedamos todos sin Zamba pero bueno, comparado con la persistencia de Google nosotros somos nada. Era más seguro subirlo ahí.

Pensando en lo que pueda llegar a pasar en octubre, ¿qué va a ser necesario profundizar?

Por un lado, lo que demostró este proceso, hasta hoy, es que por más blindado que pensemos que esté algo lo cierto es que no lo está con lo cual hay que asumir cierta precariedad y es parte de nuestra identidad. Hay que moverse en ese terreno. Si tenemos la suerte de que cambie el gobierno, va a haber una ventaja muy fuerte respecto a la otra vez que es la experiencia. La experiencia nos puede servir -o le puede servir a los que se encarguen de eso- para acortar los tiempos. Algo que nos llevó dos años hacer -porque fuimos aprendiendo sobre la marcha- ahora se podría hacer en 6 meses. Básicamente la razón de ser de Pakapaka sigue estando: visibilizar a los chicos, brindarles contenidos que los ayuden a formarse, que satisfagan sus demandas. Esos contenidos pueden verse en la web, en los celulares o en donde sea porque en 4 años sabemos qué otro dispositivo va a haber. Lo importante es qué hay detrás de eso. Lo que sabemos es que los chicos tienen ciertas prácticas que hay que re estudiar, reconocer, etc. Prácticas en relación al consumo audiovisual, a la producción de cultura respecto al consumo audiovisual y que en ese consumo audiovisual y en esa práctica de producción ellos van desarrollando su propia ciudadanía. Entonces hay que saber leer eso. Antes ni siquiera sabíamos dónde estaba la cancha. Ahora sabemos dónde está: sabemos dónde tenemos que movernos. Hay que meterse de vuelta pero sabemos para dónde ir.

Respecto a la importancia de pensar además de una comunicación contra hegemónica, una comunicación que se emancipadora, ¿creés que Pakapaka se pensó desde ese lugar?

Nosotros una de las primeras cosas que hicimos cuando pusimos en agenda la cuestión de la infancia fue decir: no tenemos una sola infancia, tenemos muchas. Hay una sola infancia en términos de derechos, pero muchas en términos de experiencias socioeconómicas, geográficas, culturales. Una señal propia de lo único que puede dar cuenta es de esa heterogeneidad que es justamente lo que las otras señales no daban. Las otras señales no hablaban de la diversidad. Me parece que lo más emancipador en el caso de los chicos no es una cuestión local sino una cuestión transversal. Nosotros siempre dijimos que los principios de Pakapaka en realidad son principios para la infancia. Bienvenido que Disney empiece a hablar de educación sexual porque no es una propiedad de Pakapaka ni del Estado. Es algo que les sirve a los chicos. Entonces eso que les sirve a los chicos le sirve acá, en Uruguay, en Brasil y en Japón. Entonces es bastante transversal más allá de ciertas cuestiones

idiosincráticas, obviamente. Por ejemplo, los regionalismos estaban invisibilizados y nosotros tratamos de visibilizarlo por lo menos a groso modo. Pero Pakapaka tiene una urgencia que es llevar al centro a uno de los sectores que está más postergado, silenciado, invisibilizado, subestimado. todo. Se trata de incluirlos en el sistema.

Fernando Piana

Trabajador de Radio Nacional

¿Cómo ves el panorama actual de los medios públicos en general y de Radio Nacional en particular?

Hay un dato ahí que es muy anterior a esto que es que tiene nombre y apellido, es Hernán Lombardi, Lombardi fue secretario de cultura de la Alianza y duró desde fines del 98, principios del 99, 2000, el escueto gobierno de la alianza y en ese momento él con el grupo sushi, Darío Lopérfido y otros personajes más entre ellos Alejandro Fernández, llamado el Conejo, que ahora es director de cultura de la Provincia de Buenos Aires en el gobierno de Vidal, tomaron, se creó RTA (Radio y Televisión Argentina) y a partir de ahí ellos tomaron el control de los dos medios y lateralmente de Télam. En ese momento la idea que no llegó a cristalizarse porque se interrumpió el gobierno, por suerte también, era convertir este edificio de Maipú 555 en un museo y trasladarnos a todos nosotros a Canal 7. De hecho, se llegó a pagar un estudio de arquitectura pero no se llegó a cristalizar. Más allá de la voluntad museística que es una idea bastante... Una ideología bien clara convertir un edificio histórico en un museo, con la museificación de la comunicación, demostraba ahí ya cual era la idea de Lombardi en los medios públicos. La cuestión de la museificación no creo que haya dado por el signo el tipo de gobierno que es Cambiemos, porque es un gobierno que tiene su particularidad muy distinta al gobierno de la Alianza y principalmente lo que lo afectaría esa museificación que es el tema de recorte porque hay una transferencia de renta muy grande a los sectores poderosos de la Argentina. En los medios pasa lo mismo: ahí hay un signo de concentración entonces no hay presupuesto como para hacer semejante movida entonces lo que se optó básicamente es por vaciar de contenidos la radio. El plan de Télam es evidente y no se puede aplicar a Radio Nacional y Canal 7 por el tipo de medio que son. El plan de Télam era vaciarla y cerrarla. Lo denunciaron los compañeros los trabajadores. Radio Nacional no se puede cerrar porque es una frecuencia, no sólo por el peso de la historia sino también porque una radio no se puede cerrar, una frecuencia no se puede cerrar: tiene que seguir funcionando. Sería escandaloso, digamos, demasiado escandaloso para el escándalo

que se pueden bancar estos tipos y Canal 7 tampoco. Entonces lo que se decidió es achicarla y vaciarla. Achicarla por todos los frentes posibles. En principio la influencia y acá hay un punto muy importante que marcar. El tendido de Radio Nacional por las ex filiales, emisoras, asociados. La red de Radio Nacional tiene algo que muy pocos nombran que tiene que ver con preguntarse con quién compite. Compite básicamente con el Diario Clarín, con la red de poder de Clarín. Los negocios de Clarín, principalmente, están puestos en dos focos: servicios digitales y logística. La distribución me consta por haber laburado un par de veces en algunos proyectos en Clarín. Los dos únicos actores sociales y políticos que tienen esa llegada o una llegada parecida son: Hugo Moyano con el gremio de camioneros por la distribución de camiones y el otro es Radio Nacional por la presencia de filiales en los sectores de frontera, sectores.

¿Cuántas emisoras tiene Radio Nacional?

Son 40 filiales en zonas por ejemplo donde el Estado invierte y los privados no: El Hoyo, Alto Río Senguer en Chubut, Las Lomitas en Formosa, con una parte fundadas en el proceso dictatorial. Después en grandes capitales, rosario Mendoza Córdoba Jujuy. Entonces lo primero que hay que decir es eso, que compite con el pool de medios más poderosos de la argentina uno de los más poderoso de Latinoamérica que es el grupo Clarín. Entonces vaciar de contenido y poder a Radio Nacional no era solamente atender contra los medios públicos por decisión filosófica sino también favorecer los intereses de Clarín. Es un panorama general, en particular se deterioró, hay una baja y eso lo podés rastrear en el presupuesto de déficit presupuestario, digamos, de las partidas que salen para RT. También hay una apertura de retiros voluntarios, jubilaciones anticipadas cese de contratos, despidos. No hubo despidos en el sentido formal pero no renovar un contrato es un despido, va contra la voluntad del trabajador amén de que se arrastran distintos tipos de contrataciones y distintas ciudadanías dentro de la radio. Ahí ellos aprovecharon como para proponer retiros voluntarios a las ciudadanías más convenientes dentro de la radio, en principio el convenio 32/75 (75 es el año) son los últimos convenios colectivos firmados gremialmente con el gobierno de Perón y la ley de contratos de trabajo que es menos ventajosa pero es el grueso de la gente que entró con el kirchnerismo a planta el resto son todos contratados. Entonces donde a vos te quede

el grueso de la plantilla de Radio Nacional en forma eventual como para poder manejar más cortes de contrato y despido.

¿Hubo una baja en la audiencia también?

Destrozo. La radio media en general cuarta, eso tenes que mirar los ratings, quinta cuarta fluctuaba en esa posición más allá de que hubo una reconversión general en los ratings y también es verdad que si vos te ponés a analizar la medición de ratings es muy engañosa porque son 1600 casos sobre la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires. Es el único número que tenés no hay vuelta. Yo creo que Radio Nacional crecería mucho más si se midiese todo el país y se relativizara pero ponele en ese número estaba quinta y cuarta y en algunos segmentos tercera en algunos programas particulares.

¿Cuál creés que es el propósito de la gestión de Lombardi?

Yo no creo que Lombardi tenga una idea cerrada sobre Radio Nacional, sinceramente. Sabe que es lo que no debe pasar. Primero, la primera movida era desideologizar como lo llama él o su entorno, para lo cual se levantó toda la programación. Se hizo algo salomónico los fines de semana y se terminó levantando todo porque este año volaron todos los programas que quedaban. Yo no escucho mucho la verdad porque me parece muy lastimoso lo que están haciendo al aire pero es producto de esa falta de ideas. Acá no entendés nada porque no hay directivas nada. Y cada vez se fue pauperizando más porque al renunciar Ana Gerschenson que tenía algo de radio encima y el segundo Pablo Cialdello que es un ajustador serial que lo sacaron de acá. Venía a provocar a las asambleas. Lo trajeron de Radio Ciudad y obviamente sabíamos que su mirada sobre la radio era pésima porque nunca se le cayó una idea y de acá lo mandaron a Télam a ajustar y le salió mal por una decisión judicial. Vos escuchás la artística que va a salir ahora y es pésima es un grado cero. Es decir “Seguí con Nacional” eso lo puede hacer mi mamá que creo que entiende bastante más de radio por escucha que esta gente. Eso por el lado del contenido, no tiene sustento, no tiene radialidad, no tiene norte, no sabe por dónde ir. Entonces termina lesionando hasta a los propios oyentes. Los oyentes históricos de Nacional que tenían una afición con la radio y los oyentes ideológicos que

pueden llegar a coincidir con tu mensaje macrista por decirlo. Porque es una radio macrista básicamente.

La intención es seguir manteniéndola así, en grado cero, la artística es muy elocuente en ese sentido. Es grado cero porque ellos lo que quieren marcar es mantener ese grado cero de programación. Si vos tenés una programación fuerte, ideológicamente bien homogénea, radio 10 insisto, como para que no quede que yo soy un tipo de izquierda y creo que la única radio son radios de izquierda. Hay radios de derecha posible, son muy exitosas de hecho en realidad. Se trata de tener una línea clara, un concepto, una idea y que vos realmente seas honesto. Entonces al ser una radio grado cero la artística te deja más al desnudo porque no dice nada en la programación y nada en la radio y es llenar espacios, esa es la idea. Yo creo que a Lombardi no le importa ni medio la radio. Lo único que le importa es que no de gastos y lo único que le importa es mostrar al gobierno que ajusta, el ajuste que le piden. Entonces como no hay mucho más para ajustar. Yo tenía 3 funciones, hacía una columna en la FM Rock, un blog de internacionales y un programa de archivo. Entonces, claro, al dejarte sin funciones sobra la gente. Pero tampoco hay mucho para hacer esos es el tema, vos entrás a la radio, mirás y ves que está como agotado todo. La gente está con pocas cosas para hacer pocas ganas obviamente. Entonces aparecen los retiros voluntarios y decís: “lo agarro, qué voy a hacer acá”. Además hubo una rebaja salarial por quita de ítems, sin paritarias y rebaja salarial también. No es solamente la no paritaria contra la inflación que es una rebaja salarial sino también a una cantidad gruesa de la población de Nacional se le sacó un ítem que se llamaba transmisiones. No se pueden hacer horas extra, no se puede hacer feriado entonces se te va achicando el salario. Yo creo que hay una visión financiera de la radio porque tampoco se sabe qué hacer con un medio de comunicación de esta magnitud.

Respecto a lo que sucedió con todos los medios públicos, ¿cómo ves la resistencia de los trabajadores y la lucha frente a este avance por parte de esta gestión?

Es compleja, muy. Por lo menos en la radio es muy compleja porque viene de 12 años de crecimiento, 12 años de noticias positivas para el trabajador de nacional y esto no es una

cuestión tendenciosa es real. En diciembre de 2003 a marzo de 2004 se incorporó el grueso de Nacional a planta. Es un arranque fulminante y en 2004 se restablecieron las paritarias, otra noticia positiva para los de Radio Nacional. Desde ese año hasta 2015 las paritarias acordadas siempre fueron mayores a los que se podría llamarse inflación, siempre por encima del aumento de precios y muy acorde a las expectativas de los gremios. Cuando empieza el proceso de Cambiemos, se empiezan a ver las crisis gremiales. El porcentaje de participación es muy bajo si vos pensas que no participar implica desentenderse de todo. Si vos decís no participar es no estar en las asambleas es alto, claro. Pero vos hablás y están de acuerdo pero bueno, los medios de comunicación son complejos para los trabajadores de los medios.

Con respecto al carácter federal que deben tener los medios públicos, ¿en qué lugar quedó Radio Nacional?

Y... el fenómeno de lo federal no es un problema actual sino histórico para Nacional. La falta de comprensión de lo que es lo federal. No sólo de comprensión sino de debate básicamente. El kirchnerismo tuvo serios problemas con eso también porque obviamente que no se veía porque este círculo vicioso que había entre lo salarial y lo profesional, lo salarial tapaba lo profesional. Entonces los trabajadores conseguíamos un buen aumento y en general no discutíamos lo profesional. Se llegó a entender que lo federal desde la conducción de radio nacional era hablar con acento o tener un funcionamiento, una parte de la programación de la radio local con producción propia. En realidad es empezar la casa por el techo porque lo federal es una cuestión de producción y de circulación. Empoderar a las producciones de las emisoras de distintas provincias, sacar a Buenos Aires del centro como centro de producción ideológica, financiera y administrativa es medio complejo porque está acá. Pero democratizar el flujo de la palabra y de la producción de contenidos y la circulación lleva mucho tiempo y mucho esfuerzo pero es lo que tenemos que hacer. Lo público es todavía más complejo porque ser público no significa que sea estatal. Una cosa es ser estatal otra ser público. Ser público significa que las comunidades locales tengan acceso a la producción de contenidos. Se hizo pero por decreto, es decir la Comunidad Pu lof tiene un programa y eso no es ser público. Ser público es generar contenido, generar debate y que eso sirva para organizar la sociedad.

Es importante ir construyendo las bases y en ese sentido hubo un gran retroceso, ¿no?

Eso era el Edén a lo que es ahora y duele porque teníamos todo preparado. Radio Nacional y todo el sistema tendrían que haber sido modelos de aplicación de la LSCA y justo en el cambio de dirección, cuando vino María Seoane, se terminó de perder todo por carácter de ella y Vicente Muleiro, el vicedirector, por el carácter de ambos ex 'Clarines' y con una visión muy porteña, muy aduanera de la cultura. Es un concepto muy interesante el de la aduana de la cultura. Son tipos establecidos con un recorrido valioso, por supuesto, pero que en realidad es una aduana porque dejan pasar una parte y otra parte queda tapada.

¿Cuál crees que va a ser el rumbo del conflicto?

Depende donde lo mires. Nosotros queremos recuperar Radio Nacional. Yo entré a la radio el 10 de enero de 1997. Era muy marxista-leninista en ese momento. Y cuando entré a la radio me deprimí mucho porque entré cuando el menemismo estaba arañando a todo el mundo en retirada. Dije "acá duro 15 días". Me deprimí mucho. De a poco empecé a encontrarle sustento en los compañeros y compañeras que no era todo tan monolítico, que no eran todos menemistas dentro de la radio. Y ya desde ese momento hablábamos con un compañero toda la historia de que la radio necesitaba, por ejemplo, concursos, qué era lo federal qué era lo público. Es decir dentro de la radio venimos discutiendo hace 20 años esto. Y después empecé a tener amor por lo público, tuve oportunidades, laburé en otras radios en Spika, con Ideas del Sur, etc. Pero si me voy de acá es para no trabajar más en algo vinculado a los medios porque no me interesa ir más allá de esto, a mí me interesa esto. Porque uno empieza a tener amor por lo público y esto es una cadena de producción que no está iniciada. Que es infinita. Y los bienes que podés generar con esto, los bienes culturales identitarios, de fortalecimiento y empoderamiento de los más necesitados, de todo eso, es espectacular. Lo comprobé mil veces, una de las tantas veces fue una vez que fui a dar un taller por el Fondo Nacional de las Artes a Esquel. Yo a Esquel había ido de mochilero y había conocido la Esquel, la parte linda visual, bellísima. Pero en ese momento me involucré con docentes y entendí el funcionamiento cultural de Esquel y las 3 capas de Esquel que son los relegados

Mapuches, familias de Mapuches que no se identifican como tales: pibes que se visten de reggaetón y son mapuches y se pelean entre sí. Toda una parte de no nacidos y criados de ahí que vienen de Buenos Aires, Córdoba y Rosario que son docentes que hacen un trabajo cultural con la gente de teatro y de medios y una parte gringa que es la que explota turísticamente y territorialmente la zona. Radio Nacional Esquel fue fundamental para que no instalen la mina de oro que era tremendamente contaminante y todo. Fue fundamental a punto tal que fue el núcleo de organización de todos. Tuve contacto con ellos y fue una experiencia maravillosa. Tomé esos talleres como aquello que debería ser Radio Nacional. Es decir no dar clase sino circular la clase, ver cómo podemos intercambiar ideas para empoderar y revitalizar el lugar con sus propias voces. Y si ganan de nuevo o están de nuevo tendremos que salir con lanzas porque vamos a llegar a una época de la edad de piedra.

Y en caso de volver a tener un gobierno que piense en los intereses de las grandes mayorías, ¿cuáles son las acciones que entendés que va a haber que tomar?

Y terminar con la aduana. Terminar con esa aduana, eso sí es una amenaza grande dentro del campo popular. La estatalidad de lo popular. Es eso lo que tiene que hacer Radio Nacional. Tiene que desarmar, vos tenes que desandar un camino para volver a andarlo y desarmar, estos tipos lo hicieron. Desarmaron la institución y ahora estamos en grado cero. No hay que volver a cometer el error de armar la institución en paralelo a lo que hace la industria cultural, es decir armar un gran ministerio de información y armarlo con los actores y los espíritus locales y nacionales del campo popular. Somos la mayoría siempre y eso une. Y ahí podés tener disenso. Encontrar los puntos en común para partir pero el disenso sirve porque es la crisis y la antítesis, que siempre sale algo superador, siempre que construyas del lado de la vida de una cantidad de cosas, los derechos, siempre hablando de eso. Estos tipos no están a favor de los derechos ni de la vida, está claro. Son menos pero el mito hace que sean muchos mentalmente. Tenés que ganar esa batalla cultural. Porque el kirchnerismo puso un muy buen acento en la batalla cultural. Pero hay que ver con quién la das y qué es la batalla cultural. La batalla cultural es eso: es ganar los espíritus desde el disenso. ¿Qué nos une?

¿Crees que es necesario pensar en una comunicación ya no sólo contrahegemónica sino también emancipadora?

La resistencia es esto ahora. Pero cuando vos tenés la lapicera, tenés el poder tenés los medios, no es resistir. Tenés que producir, dar pasos adelante. Cuando Blanck dice periodismo de guerra y todo eso, te están diciendo lo que ahora está saliendo con Santoro. No importa los medios, es pírrico, maquiavélico, no importa los medios sino destrozarte a vos como campo popular. Bueno, ¿qué vamos a hacer nosotros? Hay que empoderar todo lo de abajo para que eso sea un cimiento sólido. Eso es lo que no se hizo y se desandó y es lo que provocó que ahora no tengamos solidez ni como trabajadores ni como medio público. Todos los pasos adelante son interesantes porque todo es una lucha para nosotros y desde que nos originamos como militantes todo fue una lucha, siempre fue resistir y bueno hay que pasar a la ofensiva alguna vez y, en ese sentido, Radio Nacional puede ser una potencia emancipadora muy grande en tanto medio público.

Jésica Tritten

Ex Directora General del Polo Educativo de Educ.ar S.E

¿Cuál creés que es el rol que deben cumplir los medios públicos?

Cuando hablo de los medios públicos desde mi opinión personal también lo hago desde la experiencia que tuve en el marco de un proyecto político que tuvo como idea volver a recuperar los medios públicos. Cuando nosotros nos hacemos cargo de la creación de Canal Encuentro y Pakapaka en incluso quien viene a hacer una modificación integral de Canal 7 es Tristán que es el creador de Canal Encuentro y Pakapaka en una lógica colectiva de decisión política respecto de lo que debían ser los medios públicos. No se puede decir que entendemos por medios públicos si no contextualizamos. Es un problema y más para países de América Latina. Nosotros veníamos de una experiencia neoliberal que no era solamente la de los 90 sino que del 73 para adelante donde se produjo una destrucción total de la matriz del Estado donde nosotros hicimos una recuperación, como proyecto político del kirchnerismo hablo. tuvimos que recuperar el Estado, incluidos los medios públicos. Hubo una destrucción del estado en materia pública. El desarrollo de los medios públicos fue muy importante y en los casos de Canal Encuentro y Pakapaka. América Latina no puede hablar de los medios públicos sin contexto. Contextos donde tenemos: monopolios de comunicación y en donde los estados que llevan adelante esos proyectos políticos toman decisiones en contra de los intereses de las grandes mayorías. Ahora, medios públicos en el contexto del desarrollo de un gobierno nacional y popular que enfrenta todas las corporaciones incluidas, inclusive, las mediáticas. En ese contexto, ¿qué lógicas deberían tener y qué lógicas tuvieron? Primero te puedo decir una capacidad de información, información en el sentido de la pluralidad en la que entendemos que debiera ser la pluralidad en el sentido de que, efectivamente, todas las voces no las voces que generan agenda desde los medios de comunicación sino aquellas que estuvieron históricamente silenciadas, todos los públicos de nichos representados y con una lógica que atraviesa la información y la formación. La formación fue muy importante y por eso nace Encuentro, Pakapaka y DeporTV en el marco del Ministerio de Educación. La información no podía estar dada sin formación. Era muy

importante que esa formación estuviera protegida en el marco del Ministerio de Educación, ¿por qué? Porque los medios de comunicación forman opinión, forman universos, forman políticamente. Entendemos que, también, así como es una gran herramienta poderosa en formación y herramienta pedagógica y educativa, el ministro en ese entonces, Filmus, el ministro de Néstor Kirchner pensó una herramienta de estas características en el marco de lo que se considera televisión, televisión educativa, internet y demás, tenía que ser creada bajo la esfera del Ministerio de Educación. Como herramienta, concretamente, pedagógica. A diferencia de Canal 7 claramente de formación e información, cultural con espectro de todo tipo de público: universitarios, clase media, sectores populares, amas de casa. Y bueno después, a su vez, otros nichos que se tejían respecto a lo que consideramos audiencia. Hoy podemos ver uno muy concreto que son los intereses de género, por ejemplo, nosotros lo trabajamos muy fuertemente en aquel entonces. Dimos el debate por el matrimonio igualitario, bueno todas esas son redes que tenían que responder a diferentes nichos de audiencias porque, a su vez, esas audiencias en el marco del público no eran sólo audiencias sino sujetos de derecho. En el marco de comprender la diferencia clave que es la de comprender la diferencia de una audiencia y la ciudadanía o sujetos de derecho para nosotros fue muy importante en el armado de todas las grillas de programación. No es lo mismo un medio público en Europa, que tiene otra tradición.

¿Cómo ves hoy por hoy la situación?

Es un desguace porque, en realidad, el desguace es del sector público. Así como se está desarmando y desmembrando toda política pública de contención, de trabajo, de instituciones fuertes para las mayorías bueno, también los medios públicos entraron en esa lógica, ¿no? Incluso, particularmente Encuentro, Pakapaka y DeporTV que estaban totalmente resguardados bajo la ley Nacional de Educación, de hecho un artículo los crea y los ampara, el macrismo los saca por decreto. Por decreto crean otra sociedad del Estado. Nosotros trabajamos todo con una línea, el presidente del directorio era el Ministerio de Educación. El directorio estaba conformado por funcionarios de todas las áreas de educación. Todas las áreas que abarcan el espectro del ministerio. Es decir, nos garantizábamos que estuvieran todas las líneas pedagógicas para que estuviesen en las pantallas de los canales y eso hoy no

está, ¿quién decide los contenidos de Canal Encuentro? Dicen bueno esto va acá. Muy parecido al concepto que tienen de manejar un medio privado: un director de contenido, un director de producción que va y elige, habla con algunos contenidistas pero sacándole el marco político institucional donde esas instituciones eran las que definían. Nosotros nos reuníamos con el Consejo Federal de Educación, es decir estaban las provincias representadas y eso estaba todo representado en las pantallas. Bueno, esa dinámica no existe más, ese equipo se destruyó todo. El aparato del Estado incluidas sus funciones, el achique de ministerios, el cierre de programas, la situación institucional esto de reemplazar con decretos leyes. El macrismo concretamente, y Lombardi en particular, como responsable de los medios públicos hizo lo mismo que hizo Peña, Lopetegui, Quintana, Finocchiaro, los dos Bullrich. También porque ellos consideran, realmente un proyecto neoliberal considera que la única comunicación ciudadana posible es a través de los monopolios de comunicación. Al entender eso, en su lógica el grupo Clarín es el que comunica su agenda política. No hicieron algo tan torpe como cerrar. Después hicieron otras cosas como cerrar ministerios, ¿no? Pero Encuentro, en su momento, la TV Pública, tenían un cierto consenso. Entonces, ¿qué hicieron? Los desguazaron. Quitaron su jerarquía institucional, luego dejaron de producir, en la producción se dejaron de narrar relatos que contemplaban lo federal, las producciones se transmitían por todas las provincias y luego dejaron al mercado, es decir al grupo Clarín, que decidiera -que fue una batalla muy importante para nosotros en su momento- en qué lugar de la grilla iban a estar esos canales. De hecho Pakapaka no está más en el abono básico. Encuentro estaba entre los primeros canales y ahora lo mandaron al número 64, está en un lugar marginal. Esa fue la primera pelea que tuvo Encuentro: el lugar de la grilla. Lo que hizo el gobierno de Mauricio Macri fue desarmar las estructuras del Estado, en ese desguace del Estado se incluyen los medios públicos. Al cambiarse el lugar de la grilla, el nivel de audiencia está necesariamente dependiente de ese lugar. Las incorporaciones de los canales en ciertos lugares de la grilla tienen que ver también con la necesidad de aumentar la audiencia.

¿Qué pensás que debería haber hecho el gobierno ante la decisión del grupo monopólico de correr de las grillas a esas señales?

El macrismo hizo lo que venía haciendo. Lo primero que hizo cuando asumió fue desarmar la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Si bien no la desarmó toda, los artículos que tocó eran la columna vertebral de la ley. ¿El Estado que hace? El Estado interviene en función de intereses y toma partido. En este caso tomó partido por el monopolio de comunicación más grande de América. No es que toma partido sino que, efectivamente, hay un interés, al revés, ¿no? Quien le marcó la agenda a los medios de comunicación fue el grupo Clarín. No el gobierno a favor de Clarín, sino que fue al revés. Entonces el gobierno decidió desarmar una política de contención. El gobierno hizo lo que hizo desde el primer momento que es nada: no intervenir. Que el Estado no intervenga es una decisión política. Claramente si hubieran estado vigentes los artículos que dieron de baja de la LSCA, un cableoperador no puede decidir en qué lugar de la grilla incorporaba a los medios públicos. Y eso era muy novedoso, cuando nosotros lanzamos Canal Encuentro. Encuentro se lanza en marzo de 2007. En 2006 tuvimos una pelea muy grande con el grupo Clarín porque no existía la ley SCA y con el entonces COMFER habíamos tomado la decisión que un canal educativo tenía la prioridad en la grilla. El COMFER emite un comunicado en donde indica que la señal tenía que estar en lo que se llama la grilla caliente. La postura de Clarín era: ustedes (Estado) no eligen, en argentina decidimos nosotros (Grupo Clarín) qué canal va en la grilla. Así que fue una disputa, previa a la discusión de la LSCA, previa a crisis del campo. Así que a mí me parece que el macrismo hizo algo totalmente lógico con la primera política que fue meterse con la LSCA. La decisión de no intervenir fue consecuente. Esa afirmación que había hecho el Grupo Clarín “Ustedes no eligen”, bueno, bajo esta gestión eso volvió a “su lugar”: eligió el Grupo Clarín.

¿Qué cosas crees que van a ser necesarias reforzar en caso de que el gobierno vuelva a estar en manos de una gestión que piense en los intereses de las mayorías?

Antes de irnos, en el 2015 pensaba que había que reforzar lo institucional porque reforzando lo institucional iba a ser más difícil poder romper con las estructuras. En el caso de Encuentro y Pakapaka estaba muy protegido lo institucional: con una ley Nacional de Educación; con la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual; con los órganos de aplicación como la AFSCA que tenían lugar. Me parece que, no lo puedo evaluar ahora porque incluso con todo

ese paraguas se han cargado ese lugar de muchísima protección, como todo el Estado. En caso de que un gobierno nacional, popular con la intención de reconstruir tendrá que ver de qué modo va a quedar esta situación. Estas redes que eran de protección, que además eran redes de políticas públicas, hay que ver en qué estado de situación van a estar para volver a pensar un medio de comunicación público. Primero hay que observar el nivel de daño. Después yo podría hablarte de que sí, para mí la institucionalidad tiene que ser mayor. Hoy es catastrófica. Me parece que por la existencia previa de esas redes no pudieron, desde el primer día, cerrar Encuentro ni cerrar PakapPaka ni DeporTV. Si hicieron algo muchísimo más perverso que es vaciar las señales y sacarse a los trabajadores de encima. Que tiene que ver con un proyecto de exclusión de los trabajadores en general. Que incluso no lo pudieron destruir ni cerrar, incluso como ha pasado con algunos ministerios. Hay cuestiones que estuvieron protegidas por la institucionalidad y por la calidad de la discusión democrática que tuvieron. Si me preguntas, ¿qué? Mayor institucionalidad, incluso en la barbarie que han hecho con la destrucción de cada instrumento público. Necesitamos mayor institucionalidad, sin dudas.

¿Qué sucedió con los trabajadores y trabajadoras?

El 60% aproximadamente tanto de Encuentro como de Pakapaka ha sido despedido o se acogió al plan de retiros voluntarios porque estaban en una situación de parálisis de trabajo. No hay producciones nuevas desde el 2016. El año pasado estrenaron una programación cuando Canal Encuentro estrenaba 150 horas de canales de serie. Con Pakapaka lo mismo y con DeporTV también que además nace en el contexto del FPT. Así que es la destrucción total, el desguace total en las pantallas, en lo que ve la audiencia. Como concretamente lo que eran los canales de señales más nuevas no hay producción, no hay áreas administrativas. El trabajo político que había con el Ministerio de Educación, político público, no existe más porque no está más ese paraguas donde estaban contenidas las señales educativas.

¿Ves posible la construcción de una comunicación no sólo hegemónica sino también emancipadora?

Sí, la veo sólo posible en el marco de un gobierno nacional y popular. Concretamente porque esas fueron las líneas de trabajo nuestras. No lo va a proponer un gobierno neoliberal respecto de qué contenidos va a trabajar una señal pública. Los pueblos originarios, las mujeres, los sectores populares, la clase trabajadora, las líneas de trabajo con el plan fines, la cultura, el acervo cultural de nuestro patrimonio fueron decisiones políticas. Que todo eso estuviera en la pantalla de canal encuentro fue una decisión política. De pakapaka y deportv. Esas eran las líneas de contenido de las señales. Me parece que es posible sólo en ese marco. Esa es la única agenda posible. Un gobierno nacional y popular, un proyecto político que incorpore a sectores que están afuera y que los vuelva a incorporar. Son esas las agendas. Vos ves la serie de pueblos originarios en Canal Encuentro y, ¿quién habla hoy de los pueblos originarios? ¿quién habla hoy de la clase trabajadora? Ni hablar de la historia reciente, hasta el número de desaparecidos ha puesto en cuestionamiento. Antes en Canal Encuentro había un programa de oficios. ¿Quién habla de eso ahora si hoy no hay estructura productiva? ¿Quién está pensando en un programa de oficio cuando directamente está rota la estructura productiva del Estado? Cuando hablo de la institucionalidad incluso en las cartas programáticas es en función de esos contenidos. Todos esos contenidos que te mencioné eran obligatorios en un canal como encuentro, no es posible pensar ese canal sin esos contenidos. Ni en un programa como Zamba en Pakapaka. DeporTV tenía programas de historia, de los que significa el deporte como consumo cultural, como lazo social, como lazo solidario. ¿Por qué fue posible en DeporTV y no así en TyC Sports? Me parece que pensar la emancipación sólo es posible en el marco de un proyecto de país que tenga intereses nacionales y populares.

María Rosenfeldt

Ex directora de Canal Encuentro

¿Cuál creés que debe ser el rol de los medios públicos?

Creo que lo más cercano a lo que yo pienso se dio en la gestión anterior (kirchnerismo). Pero en realidad eso tiene que ser una política de Estado. Que eso no tenga una continuidad me parece lo más grave. El rol de los medios públicos debe ser el de mostrar otras realidades, los medios privados tienen otros intereses. La búsqueda cuando el rédito económico es lo que prima no es lo mismo que la búsqueda cuando hay un periodismo o un contenido que tiene que ver con representar a las mayorías, a la diversidad. Los privados van a representar los intereses de las clases medias y altas y los sectores más postergados no van a ser representados. Después hay toda una diversidad. En Canal Encuentro fue la primera vez que se pudo poner en pantalla gente que no era porteña. La cuestión federal también fue una línea muy importante dentro del Canal y creo que, a partir de eso, la televisión empezó a sentir como que se movía algo y que Canal Encuentro estaba poniendo en la TV a una diversidad que no estaba incluida en la TV y eso es fundamental. Salir de la clase media urbana. También fue una oportunidad de volver a narrar. Todo el cambio digital lo que hace es contarnos como argentinos las diferentes miradas y también contar las distintas épocas. Canal Encuentro pudo contar a San Martín, a Belgrano, a nuestros héroes de nuestra patria desde otros lugares. Revisar y volver a contar y eso no se hace desde otros lugares. El hecho también de proyectarnos como latinoamericanos, eso tampoco se veía en la TV comercial. Son como muchas maneras que abarca lo públicos y que el mercado deja de lado y me parece que es fundamental. Hay muchas realidades que hay que representar y que no están representadas. Canal Encuentro cumplió una función por ser un canal educativo, cultural y público pero me parece que hay generar todo un sistema de medios públicos. La TV Pública también hizo su parte y también tenía esa línea más de estar en la coyuntura y en el día a día. Canal Encuentro hacía producciones que no tenían esa necesidad sino que el contenido que se hacía se podía ver en cualquier momento y no perdía vigencia. Es necesario que haya canales de cualquier región de nuestro país que tenga esta mirada para poder representar las distintas realidades

sino se generan y se profundizan los estereotipos. Romper con eso es fundamental para generar un espíritu crítico, generar una ciudadanía que pueda narrarse y contarse. Algo que hizo Canal Encuentro también fue subirle el autoestima a los argentinos, fue decir: nosotros también podemos contarnos y nos podemos ver. Poner en diálogo a las distintas generaciones, Pakapaka con los niños, Canal Encuentro haciendo un diálogo generacional entre jóvenes y adultos y en eso me parece que también fue muy importante. El mayor logro, lo más destacado fue el hecho de haberlo realizado con mucha calidad, de una manera muy cuidada y con una estética muy cuidada. Eso fue clave para el impacto que generó, los reconocimientos que tuvo también a nivel internacional.

Para mí lo más fuerte y grave que hizo Cambiemos fue sacar Canal Encuentro del ámbito de la educación. El espíritu de Canal Encuentro tenía con el hecho de haber sido creado dentro del Ministerio de Educación y de todas las señales. Se construyó con el propósito de que sea una herramienta para la igualdad y para garantizar el acceso a la comunicación. Entonces eso me parece que es lo más fuerte. Estéticamente también hay una línea que se corre de lo educativo y se va más para lo cultural. Tanto la programación como a nivel estético ese fue un giro muy evidente. El logro de Encuentro era muy educativo. Si bien respetaron las dos líneas de la igualdad, no sé qué explicación darán pero no sé por qué modificaron el resto del logo. Nosotros cuando creamos el logo tenía una explicación: son las dos E de educación, tenía la igualdad. No lo borran del todo porque lo necesitan. Hay horas y horas creadas, entonces siguen con lo que se hizo en la gestión anterior (kirchnerismo), pero lo envuelven en un paquetito nuevo y en realidad muestran algo como parte de su propia gestión cuando en realidad ellos lo único que hicieron fue armar una imagen o un banco de datos como hicieron con Contar y meter todo ahí lo que ya estaba hecho, ya estaba todo digitalizado. Hicieron una política medio trucha.

¿Se encontraron con muchas dificultades?

Siempre hay dificultades. La mayor dificultad fue lograr que se pueda ver. Los cableoperadores en Argentina están monopolizados y, entonces, el mayor cableoperador del país es cablevisión y si cablevisión no quería poner Canal Encuentro en su grilla teníamos un

límite realmente muy difícil. Esa fue la mayor dificultad. Apenas se lanzó el canal, el 5 de marzo de 2007, lo primero que nos pasó fue que nadie lo podía ver. El Canal estaba pero no estaba en la grilla de Cablevisión. Fue el primer gran problema que tuvo Canal Encuentro que, finalmente, se pudo resolver por una gestión política de presidencia. Después Pakapaka estuvo 4 años para poder ser incluida en la grilla de Cablevisión: Pakapaka se creó en 2010 y recién en 2014 la incluyeron en la grilla de Cablevisión. Lo que hizo Canal Encuentro fue crecer muy rápidamente pero, al mismo tiempo, siempre el desafío fue cómo hacer para llevarlo a la escuela. Estaba el portal educativo que ayudaba bastante, la llegada de los notebooks, había cuestiones que nos trascendían. Después de Canal Encuentro si hubo personas que agradecieron la existencia del Canal fueron los docentes. A donde voy, las personas me dicen: “Soy docente y trabajé con los contenidos de Canal Encuentro” y ese era el objetivo y el espíritu del canal. Otro objetivo era tener algo de vanguardia. El hecho de estar siempre innovando, no replicar los formatos comerciales sino generar los propios. El Canal siempre tuvo reconocimientos y ganó premios a nivel nacional e internacional y eso sí era un desafío permanente porque el Canal nació con el ámbito digital entonces eso también nos llevaba a tomar decisiones para ver hacia dónde íbamos y qué tipo de nuevas producciones o de nuevos desafíos de pantalla y de web hacíamos y bueno la verdad que, en ese sentido, hasta el 2015 que terminamos haciendo una co-producción con la National Film Board de un documental interactivo. Lo que veo es que no se continuó con esa premisa: ser innovadores y estar atrás de la tecnología para desarrollar producciones innovadoras.

¿Por qué creés que esta gestión (Cambiamos) no continuó con esa política comunicacional?

Creo que hay muchas razones. Primero, digo, es una política de este gobierno desfinanciar al Estado. Dentro de eso están los medios públicos. El primer cimbronazo que fue sacar Encuentro del Ministerio de Educación fue por decisión creo que hasta personal de Lombardi. No sé si sabían que estaba creado por una ley: la ley Nacional de Educación 26.206. Porque después tardaron bastante en gestionarlo a nivel global. Recuerdo que apenas ganó Cambiamos, Lombardi a los pocos días dijo que el Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos iba a tener los canales Pakapaka y Encuentro pero eso luego tuvo consecuencias a

nivel legal de las estructuras de los canales. Me parece que no hubo registro de lo que costó hacer todo esto. La intención era trasladar toda la estructura de los canales a Tecnópolis pero está por verse. Es todo muy desprolijo.

Hablamos de que una decisión política de la gestión anterior (Kirchnerismo) de sentarse a hablar con Clarín y exigirles que pusieran la señal dentro de la grilla, también fue decisión política de esta gestión (Macrismo) no intervenir cuando Cablevisión decidió correr la señal de la grilla pasándola del número 17 al 64, ¿qué me podés decir al respecto?

Justamente en la ley decía que el Canal tenía que estar dentro de los primeros 15 canales, en lo que se llama zona caliente. Nosotros sabíamos que, ante el nacimiento de un canal nuevo y del Estado necesitabas tener visibilidad porque si no lo encontrabas rápido no es que ibas a ir a buscarlo. El hecho de haber corrido el canal generó un enorme impacto en la cantidad de audiencia que tiene hoy el canal. Hasta a mí me pasa, como que me olvido que está.

Hubo muchos despidos y retiros voluntarios, se fue mucha gente que estaba muy comprometida con el proyecto porque al darse cuenta que no iba a haber continuidad, que era muy difícil de hacer. Nosotros veníamos de una dinámica muy activa. Está bien que es otro gobierno y que puede pasar que, no sé, una modalidad sea cambiada por otra pero el tema es que acá, directamente, no había ni proyecto. Nosotros trabajamos mucho para que todos supieran a dónde estábamos yendo, cuáles eran los objetivos y entonces, bueno, más o menos había una línea de trabajo, una dinámica y todo eso, al perderse, generó que la gente no vea cómo proyectarse en su trabajo. Mucha gente cuando vino el retiro voluntario se fue y ese fue el primer impacto que hubo con respecto al nivel de gente y también hubo despidos. Eso también generó bastantes dificultades a la hora de trabajar. Los pocos que quedaron tampoco tienen una línea clara de hacia dónde van, cómo es, cuáles son los propósitos y objetivos.

Con respecto a la producción hay algo importante y es que nosotros trabajábamos con un sistema de producción delegada. Este sistema era una modalidad de trabajo que había visto Tristán Bauer en Channel Four que generaba lo siguiente: nosotros al tener un país diverso y tan extenso era una manera de poder tener producciones que representarían toda esa

complejidad y hacer producciones con centros audiovisuales en todo el país, con universidades, con casas productoras de todo el país y, de esa manera, ir requiriendo las necesidades y tener una línea muy marcada con los productores delegados de hacia dónde estábamos yendo para que todos se alinearan en una línea estética y de contenidos del canal pero teniendo esa diversidad y complejidad representada en la pantalla. El sistema de producción delegada tampoco se respetó, o sea no se continuó. En algunos casos, en algunas producciones con productoras que ya venían trabajando pero en general no se siguió con ese sistema. El carácter federal se podía generar a través de un sistema y también era una manera de generar trabajo porque empezaron a aparecer un montón de productoras más pequeñas. También el cambio tecnológico ayudó para que pudieran hacer producciones con menos recursos de los que se necesitaban en otro momento. Todo eso fue acompañando el crecimiento y la posibilidad de hacer ese tipo de producción. Ahora veo poca historia, que era el eje central de nuestros contenidos y veo que, por ahí, esos formatos no tienen la intención de ser una herramienta para el aula. Nosotros en todas las series que hacíamos teníamos la figura del contenidista, el contenidista era un especialista en la temática que abordábamos y desarrollábamos y ese contenido era el que usaba la casa productora para armar la serie. Este sistema de producción delegado también armaba instancias que había que transitar a lo largo de toda la producción hasta que llegaba a la pantalla. Todo ese contenido daba cuenta de las distintas miradas que había sobre el contenido entonces así achicábamos el margen de error. Era casi imposible llegar con errores. De esa manera asegurábamos la rigurosidad no solamente estética sino también a nivel contenido. También teníamos el respaldo de alguien que había desarrollado los contenidos y que muchas veces, si era una serie de historia, el contenidista era un historiador y esa misma lógica la repetíamos con las distintas temáticas.

En caso de volver a tener un gobierno que tenga como prioridad los intereses de las grandes mayorías, ¿qué creés que va a ser necesario profundizar?

Nosotros pensando en una transición real, en una sana transición. habíamos pensado un manifiesto que un poco la idea era volver a pensarnos. Los trabajadores éramos trabajadores del Estado, al mismo tiempo éramos trabajadores de televisión. El manifiesto salió después

de haber hecho un taller en el que pudimos repensarnos: quiénes éramos, para quiénes, qué tipo de trabajadores éramos. Entonces en un taller de 3 encuentros trabajamos y arribamos a esos puntos que un poco también era la manera de decir que si viene otra gestión, continúe en este piso, que es lo que somos. Eso se armó en 2015 y, evidentemente, no continuaron: el primer punto hablaba respecto a la importancia de que el Canal sea dependiente del Ministerio de Educación.

Creo que en Encuentro se hicieron las cosas bastante bien, tuvo la suerte de haber nacido sin una historia previa y concebido con bastante claridad sus objetivos y todo eso hizo que fuera una institución muy flexible que se iba adaptando. Creo que nos atraviesa el cambio digital y eso hay que tenerlo en cuenta, ¿cuáles son las pantallas que usan los jóvenes? En ese sentido creo que habría que trabajar mucho. No sé si continuaría Encuentro, quizás haya que pensar algo nuevo.