

Natalia Andrea Vinelli

LA TELEVISIÓN ALTERNATIVA EN LA TRANSICIÓN DIGITAL

Estudio comparado de casos en Argentina y Chile

Tesis para optar por el título de  
Doctora en Ciencias Sociales

Facultad de Ciencias Sociales  
Universidad de Buenos Aires

Director: Martín Becerra  
Co-directora: María Soledad Segura

Buenos Aires

2019

## Resumen

La tesis se propone examinar y comparar el desarrollo de la televisión alternativa, popular y comunitaria en Argentina y Chile, los dos países más grandes de la zona austral del Cono Sur, en el marco del proceso de implementación de la televisión digital terrestre, que se da en paralelo a los cambios regulatorios que reconocieron al sector. Para esto se atenderán, por un lado, las condiciones de producción sobre las cuales las emisoras se despliegan y, por el otro, las estrategias desde las cuales éstas abordan la transición hacia la televisión digital en el período 2008-2018.

El enfoque que orienta la investigación pone la comunicación alternativa en relación con los aportes de otros dos subcampos dentro de las teorías de la comunicación: la economía política de la comunicación y la cultura y el derecho de la comunicación. De este modo se buscan problematizar el desarrollo y las estrategias adoptadas por los medios en articulación con el proceso social, cultural y político a ambos lados de la Cordillera.

¿Cuáles son las condiciones de posibilidad de la televisión alternativa, popular y comunitaria en el marco de la migración digital? ¿Cuáles son las barreras de entrada para el ingreso de las televisoras del sector social comunitario al sistema de medios en cada uno de los países? ¿Con qué estrategias las emisoras buscan superarlas? ¿Qué gravitación tienen los cambios regulatorios y las políticas públicas destinadas a los medios no lucrativos? ¿De qué manera impactan las transformaciones tecnológicas, los elevados estándares de calidad técnica y los escenarios legales sobre la sostenibilidad económica e institucional del medio?

Para responder estas preguntas se distinguirán, a partir de una selección de casos, las estrategias de legalización y migración, las características de funcionamiento y la articulación política y social de la televisión alternativa en Argentina y Chile, de modo de identificar modelos y principios generales, y sus condiciones de posibilidad frente a los procesos de digitalización.

## Summary

The thesis proposes to examine and compare the development of alternative, popular and community television in Argentina and Chile, the largest countries in the Southern Cone, within the framework of the digital terrestrial television implementation process, which is given at the same time as regulatory changes that have recognized the sector. We will attend, on the one hand, the production conditions on which the stations are deployed and, on the other, the strategies from which these stations address the transition to digital television in the 2008-2018 period.

The approach that guides this research places alternative communication in relation to the contributions of two other subfields within the theories of communication: the political economy of communication and culture and the right of communication. In this way they seek to problematize the development and strategies adopted by the media in articulation with the social, cultural and political process on both sides of the Andes.

What are the conditions for the possibility of alternative, popular and community television in the framework of digital migration? What are the entry barriers for the entry of television stations from the community social sector to the media system in each one of these countries? With what strategies do the stations seek to overcome entry barriers? What gravitation do regulatory changes and public policies have for non-profit media? How do technological transformations, high technical quality standards and legal scenarios impact the economic and institutional sustainability of the community stations?

## Índice

|                                                                                                                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Agradecimientos .....</b>                                                                                                                                             | <b>8</b>  |
| <b>1. Introducción .....</b>                                                                                                                                             | <b>11</b> |
| 1.1. Pregunta problema .....                                                                                                                                             | 11        |
| 1.2. Motivaciones.....                                                                                                                                                   | 15        |
| 1.3. Objetivos y premisas.....                                                                                                                                           | 17        |
| 1.4. Estructura de la tesis .....                                                                                                                                        | 19        |
| 1.5. Estado actual del conocimiento sobre el tema .....                                                                                                                  | 21        |
| <b>2. Enfoque conceptual .....</b>                                                                                                                                       | <b>28</b> |
| 2.1. La comunicación alternativa y su estatuto epistemológico.....                                                                                                       | 28        |
| 2.2. La comunicación alternativa y sus conceptualizaciones predominantes en el marco de la constitución del campo de la comunicación y la cultura en América Latina..... | 34        |
| 2.3. La revitalización de la alternatividad: activismo, políticas públicas y profesionalización de las prácticas .....                                                   | 41        |
| 2.4. Regularidades y consensos alcanzados: enfoque de la comunicación alternativa, popular, comunitaria .....                                                            | 47        |
| 2.5. Diálogos con la economía política y el derecho de la comunicación: una articulación de origen .....                                                                 | 58        |
| 2.6. Concentración vs. libertad de expresión: barreras de entrada para la televisión digital comunitaria .....                                                           | 64        |
| 2.7. Televisión Digital Terrestre: tecnología, usos y desafíos para el sector alternativo, popular y comunitario .....                                                   | 73        |
| <b>3. Planteamiento metodológico .....</b>                                                                                                                               | <b>80</b> |
| 3.1. Decisiones analíticas .....                                                                                                                                         | 80        |
| 3.2. Abordaje metodológico.....                                                                                                                                          | 83        |
| 3.3. Criterios para la selección de los casos.....                                                                                                                       | 87        |
| 3.4. Dimensiones y variables de análisis .....                                                                                                                           | 91        |
| 3.5. Ficha Técnica.....                                                                                                                                                  | 96        |
| 3.5.1. Las televisoras argentinas.....                                                                                                                                   | 96        |
| 3.5.2. Las televisoras chilenas .....                                                                                                                                    | 99        |

|                                                                                                                    |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>4. Argentina .....</b>                                                                                          | <b>101</b> |
| 4.1. La televisión en el sistema de medios.....                                                                    | 101        |
| 4.2. Normativa y reconocimiento del sector comunitario.....                                                        | 107        |
| 4.3. Políticas públicas de fomento .....                                                                           | 114        |
| 4.4. Hitos de la TV alternativa y comunitaria en Argentina .....                                                   | 124        |
| 4.5. Estudio de casos.....                                                                                         | 130        |
| 4.5.1. PAREStv: Fútbol con mirada comunitaria y pantalla profesional .....                                         | 131        |
| 4.5.2. Canal 4 de Mar de Ajó: televisión epidérmica.....                                                           | 140        |
| 4.5.3. Barricada TV: una alternativa en televisión digital abierta.....                                            | 146        |
| 4.5.4. Urbana Tevé: el primer canal villero de la Patria.....                                                      | 155        |
| 4.5.5. Antena Negra: las debilidades de la aplicación de la ley audiovisual.....                                   | 161        |
| 4.5.6. PROA Centro TV Canal 9: producción audiovisual en traslasierra.....                                         | 167        |
| 4.5.7. Giramundo TV: gestionar para alcanzar el salto tecnológico .....                                            | 171        |
| 4.5.8. ENTV: un canal con la trayectoria de Radio Encuentro .....                                                  | 177        |
| 4.6. Condiciones y estrategias para la migración de la TV alternativa, popular y comunitaria en Argentina.....     | 183        |
| <b>5. Chile.....</b>                                                                                               | <b>196</b> |
| 5.1. La televisión en el sistema de medios.....                                                                    | 196        |
| 5.2. Normativa de la TV digital: reconocimiento del sector comunitario .....                                       | 200        |
| 5.3. Políticas públicas de fomento .....                                                                           | 207        |
| 5.4. Hitos de la TV alternativa y comunitaria en Chile .....                                                       | 215        |
| 5.5. Estudio de casos.....                                                                                         | 222        |
| 5.5.1. Señal 3 La Victoria: pionera y combativa.....                                                               | 223        |
| 5.5.2. Pichilemu TV: televisión comunitaria con énfasis en la gestión .....                                        | 230        |
| 5.5.3. Únetev: una estrategia asociativa .....                                                                     | 235        |
| 5.5.4. TV8 Peñalolén: inserción barrial y televisión militante.....                                                | 241        |
| 5.5.5. El 3 de Conce: televisión comunitaria, cultural y social .....                                              | 245        |
| 5.5.6. Challa TV: una tribuna audiovisual .....                                                                    | 248        |
| 5.6. Condiciones y estrategias para la migración digital de la TV alternativa, popular y comunitaria en Chile..... | 252        |
| <b>6. Modelos y principios generales de la televisión alternativa en Argentina y Chile.....</b>                    | <b>269</b> |
| 6.1. Condiciones de producción a ambos lados de la Cordillera .....                                                | 269        |
| 6.2. Fomento a la televisión comunitaria: infraestructura, equipamiento y realización de contenidos .....          | 281        |

|                                                                                                                      |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 6.3. Dimensión política, institucional y social: modos de intervención y estrategias para alcanzar la legalidad..... | 291        |
| 6.4. Dimensión administrativa, económica y de funcionamiento: condiciones para la profesionalización del sector..... | 304        |
| 6.5. Dimensión tecnológica: estrategias para la migración a digital de los canales argentinos y chilenos .....       | 314        |
| <b>7. Conclusiones.....</b>                                                                                          | <b>323</b> |
| 7.1. La televisión alternativa en la transición digital .....                                                        | 323        |
| 7.2. Estrategias y recomendaciones para el campo de la alternatividad .....                                          | 331        |
| 7.3. Sin medios comunitarios no hay democracia.....                                                                  | 336        |
| <b>Bibliografía.....</b>                                                                                             | <b>341</b> |
| Entrevistas.....                                                                                                     | 356        |
| Leyes, decretos y resoluciones.....                                                                                  | 356        |

## Índice de Figuras

- FIGURA 1. Instrumento de recolección de datos, 93
- FIGURA 2. Recaudación AFIP y monto del Programa FOMECA, 118
- FIGURA 3. Diferencias entre recaudación, programa y proyectos FOMECA, 118
- Figura 5: Líneas equipamiento en dólares estadounidenses, 190
- FIGURA 6. Fomento en Chile, 214
- FIGURA 7. Línea de tiempo de los canales comunitarios de televisión abierta en Chile, 220
- FIGURA 8. Distribución temporal de la TV comunitaria en Chile, 254
- FIGURA 9. Distribución geográfica de las TV en Chile. Fragmento del mapa., 261
- FIGURA 10. Distribución regional de la TV comunitaria en Chile, 262
- FIGURA 11. Canales comunitarios digitalizados a 2018, 278
- FIGURA 12. Condiciones de producción sobre las que se inserta la TV alternativa, 280
- FIGURA 13. Evolución del fomento a la producción audiovisual en dólares 2015-2018, 284
- FIGURA 14. Evolución del fomento para equipamiento digital en dólares 2015-2018, 290
- FIGURA 15. Línea de tiempo, 290
- FIGURA 16. Encuadre legal de los canales de la muestra, 298
- FIGURA 17. Estrategias de legalización de la televisión alternativa, 302
- FIGURA 18. Diagrama de salida futura en digital, 317

## Agradecimientos

Hace ya unos cuantos meses Dante me dijo: “Mamá, ¿te imaginás que prendas la computadora y la tesis ya esté escrita?” Tiempo después, prendo la computadora y la tesis está escrita. Mi agradecimiento para él es infinito; sin su apoyo incondicional no hubiera sido posible atravesar todo este proceso.

Tampoco hubiera llegado hasta acá sin el sostén de Martín Pierrepont. Además de contenerme emocionalmente, su visión me ayudó a ampliar mis horizontes y a afinar la perspectiva. Sin ser “del palo” se bancó largas conversaciones sobre la temática, y trabajó conmigo elaborando cuadros y procesando información clave para la investigación.

Quiero agradecer también el cariño y la guía de mi director Martín Becerra, y de mi co-directora María Soledad Segura. Fue un gusto trabajar con ambos y compartir las distintas instancias de la elaboración de la tesis. Son dos personas que admiro mucho tanto académica como humanamente. Aprendí a cada paso aunque, claro, los problemas que pueda haber en el texto son solamente míos.

Rodolfo Walsh escribió que “la literatura es, ante todo, un avance laborioso a través de la propia estupidez”. Yo me permito hacerlo extensivo a la escritura en general. Todos estos meses de trabajo intensivo, a puro “pico y pala”, tampoco los hubiera podido recorrer sin el auxilio de mi familia y de mis amigas y amigos. A todos y todas mi agradecimiento.

Una investigación, aunque lleve una sola firma, es un trabajo colectivo. Y más en este caso, que compromete la militancia por la soberanía comunicacional. Quiero agradecer particularmente a las compañeras y los compañeros de las televisoras argentinas y chilenas. No sólo por abrirme generosamente las puertas, sino por el trabajo cotidiano para sostener alternativas contra viento y marea, en un escenario mediático altamente concentrado.

En Chile fue clave la ayuda de Chiara Sáez Baeza, Luis “Polo” Lillo, Paula Gálvez, Juan Ortega y José Robredo Hormazábal. En Argentina, no hubiera podido escribir una línea sin el apoyo de Luciana Lavila, Lucía Maccagno, Ignacio Etchart, Marcelo Ibarra y mis compañeras y compañeros de Barricada TV y de CONTA.

También fue fundamental el diálogo con Esteban Lopardo y María José Guembe, de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, que actualmente se encuentra intervenida. A ambos mi agradecimiento, así como a Mariano Suárez por su apoyo

incansable en la defensa de los derechos de las televisoras comunitarias y de los trabajadores y trabajadoras de prensa.

Este trabajo lo realicé en el marco del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Luis García Fanlo y Gerardo Halpern fueron de gran orientación. Claudia Villamayor me leyó y me escuchó más de una vez. También compartí mis impresiones con el equipo del proyecto UBACYT “Las opciones tecnológicas de los medios sin fines de lucro en Argentina en el nuevo contexto regulatorio post sanción de Ley 26.522”, dirigido por Becerra y co-dirigido por Ricardo Beltrán, y con el equipo del Proyecto de Investigación Orientado CONICET Defensoría del Público “Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522: condiciones, estrategias y desafíos”, dirigido Segura.

Finalmente quiero agradecer a mis antiguos compañeros y compañeras de cátedra en la materia Teorías y Prácticas de la Comunicación II, donde muchas de las ideas aquí vertidas tuvieron su origen; y especialmente a Guillermo De Carli y mis compañeros y compañeras del Taller de Expresión II de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA, que me cuidaron todo este tiempo de aprendizaje en una cátedra nueva mientras iba avanzando en el trabajo que hoy, al prender la computadora, ya está escrito y empieza a intervenir.

Natalia Vinelli

Agosto de 2019

*Todo lo que escribiera debía sumergirse en el nuevo proceso,  
y serle útil, contribuir a su avance.*

Rodolfo Walsh

## 1. Introducción

### 1.1. *Pregunta problema*

“Ellos pedían cámaras, pero la política del canal es no bajar cámaras, para evitar darle más entidad a la cuestión. A las 14 se fueron, no hubo ningún tipo de violencia”. La frase es un extracto de la declaración de un guardia de seguridad de El Trece, el canal insignia del Grupo Clarín, ante la Fiscalía Penal Contravencional y de Faltas nro. 12 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El guardia declaró como testigo en la causa que se le sigue a dos dirigentes sociales y cuatro comunicadores y comunicadoras populares, entre las que me encuentro, por haber realizado una protesta frente a las puertas de ese canal en diciembre de 2018, reclamando el ingreso de Barricada TV, PAREStv y Urbana TeVé a la grilla de Cablevisión, como establecen las resoluciones 1394/2016 y 5160/2017. Al día siguiente Clarín, el diario de mayor tirada del país, publicaba en tapa una foto con el título “Grabois se cortó solo y entró a la fuerza en El Trece”. Ninguna de las televisoras involucradas en la protesta fue consultada por el diario; tampoco fueron citadas las razones que la motivaron.

El párrafo precedente contiene buena parte de los núcleos conceptuales que atraviesan este trabajo de tesis, centrado en el estudio y comparación del desarrollo de la televisión alternativa en Argentina y Chile, los dos países más grandes de la zona austral del Cono Sur, en el marco de la implementación de la televisión digital terrestre, que se da en paralelo a los cambios regulatorios que reconocieron al sector. ¿Cuáles son las condiciones de producción sobre las cuales las televisoras alternativas se despliegan a ambos lados de la Cordillera de los Andes; sus dificultades, limitaciones y desafíos? ¿Con qué estrategias abordan las emisoras la migración digital? ¿Cuáles son las barreras de entrada para el ingreso de las televisoras del sector social comunitario al sistema de medios en cada uno de los países? ¿Cuáles son, en definitiva, sus condiciones de posibilidad en el marco de la transición digital?

Desde un enfoque teórico que pone en relación la tradición latinoamericana de la comunicación alternativa con la economía política de la comunicación y la cultura y el derecho de la comunicación, se busca dar respuesta a estas preguntas dando cuenta de las estrategias, características de funcionamiento y articulación política y social de la televisión alternativa en

Argentina y Chile, de modo de identificar modelos y principios generales, y sus condiciones de posibilidad frente a los procesos de digitalización. Para esto se tienen en cuenta las estrategias diseñadas por los canales para lograr la legalización en ambos países; los modos de intervención impulsados por quienes llevan adelante las experiencias, y las estrategias desarrolladas para avanzar en la costosa migración a digital, partiendo de posiciones subordinadas respecto de los actores dominantes dentro del mapa de la comunicación.

Como ya lo hicimos en Vinelli (2013) y acá retomamos en el capítulo 2, trabajamos desde una comprensión de la alternatividad entendida como un haz conceptual abierto: alternativo, popular, comunitario. De esta manera buscamos, por un lado, respetar y contener los procesos de definición y debate de los colectivos de medios, evitando las lecturas esencialistas o dogmáticas acerca del fenómeno; y por el otro construir un marco de referencia para el análisis que nos permita distinguir al sector como actor específico y diferenciado dentro de la categoría más amplia de los prestadores privados sin fines de lucro. Siguiendo a Edward P. Thompson (1991), este enfoque nos permite abordar el fenómeno desde el andamiaje teórico y metodológico propio de estas experiencias, en lugar de analizarlo desde la perspectiva de los medios de comunicación tradicionales.

Desde el punto de vista de las decisiones metodológicas, esta comprensión de lo alternativo –como es obvio- impacta en la construcción del corpus, ya que delimita el objeto de otros que por momentos se confunden en sus márgenes (cooperativas de servicios, televisoras pyme, fundaciones, canales de fes religiosas, emisoras públicas no estatales y de pueblos originarios, que se identifican a sí mismas como indígenas o emisoras con identidad; nos detenemos sobre esto en el capítulo 3), para concentrarnos en particular en los desafíos y las condiciones de posibilidad de la televisión alternativa en el contexto de la transición digital que –como desarrollaremos a lo largo de estas páginas-, mantiene altos niveles de desconocimiento entre las audiencias.

En ambos países se buscó construir una muestra de casos significativos que recogiera diferentes trayectorias y que fuera representativo de los distintos proyectos televisivos y su grado de desarrollo general. Los filtros de selección tuvieron en cuenta emisoras operativas en abierto, con estudios y programación, que funcionaran en algún momento de manera estable entre 2008 y 2018, período que arranca con el ingreso de la ley 20.750 en la Cámara de Diputados chilena, y que coincide con los debates previos a la presentación de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 en Argentina, hasta el cierre de la investigación en 2018, con la entrega de las primeras concesiones a las emisoras chilenas.

En nuestro país se seleccionaron ocho emisoras siguiendo criterios de distribución geográfica, redes de pertenencia, situación legal, modalidad de emisión (operador o vinculado) y grado de digitalización. Se trata de PAREStv (Luján, provincia de Buenos Aires), Canal 4 Mar de Ajó (Partido de la Costa, Buenos Aires), Barricada TV (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Urbana TeVé (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Antena Negra TV (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Canal 9 Proa Centro (Cura Brochero, Córdoba), ENTV (Viedma, Río Negro) y Giramundo TV (Guaymallén, Mendoza).

De estos canales, tres se ubican en el área metropolitana de Buenos Aires, dos en la región pampeana, uno en la región centro, uno en la región cuyana y uno en la región patagónica. Cuatro poseen licencia en televisión digital abierta adjudicada mediante concurso público de antecedentes, dos tienen autorización precaria y dos carecen de títulos legales, uno de los cuales dejó de emitir en el curso del período investigado tras sufrir el decomiso de sus equipos. Además, seis canales pertenecen a la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CONTA), uno a la Federación Argentina de Radiodifusión Comunitaria (Farco) y uno a la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA), aunque los trayectos previos fueron disímiles: uno perteneció al disuelto Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias; dos integraron la RNMA, uno FARCO y cuatro la Asociación Argentina de Teledifusoras Pyme y Comunitarias (AATECO), aunque de ellos sólo uno mantiene esta membresía en la actualidad.

Las televisoras chilenas seleccionadas para la muestra son seis: Señal 3 La Victoria (Santiago de Chile), Canal 8 de Peñalolén (Santiago de Chile), Únetev (provincia de Talagante), Pichilemu TV (Pichilemu, provincia de Cardenal Caro), El 3 de Conce (provincia de Concepción), y Challa TV (Arica). De estas emisoras, tres se ubican en la Región Metropolitana de Santiago (dos en la provincia homónima y una en la provincia de Talagante); una pertenece a la región de Libertador General Bernardo O'Higgins, una a la región de Biobío y una a la región de Arica y Parinacota, en el norte del país. Todas integran la Asociación de Canales Comunitarios de Chile (antes Red de Televisoras Comunitarias y Populares –RTP).

De las seis televisoras, cuatro obtuvieron concesiones digitales de cobertura local con carácter comunitario en enero de 2018. Al igual que los casos argentinos, se trata de un hecho inédito en la historia de la TV chilena. Una, pese a postularse, no logró la concesión y continua sus transmisiones analógicas sin resguardo legal, y otra emite sin papeles. Tres de los seis canales surgieron varios años antes de la aprobación de la ley 20.750; dos nacieron posteriormente a la sanción y el sexto –si bien surge en el contexto de las postulaciones para

lograr la adjudicación de una concesión-, está integrado por la asociación de tres experiencias anteriores, que venían transmitiendo con diferente grado de regularidad.

La muestra se examinó en tres dimensiones de análisis. Como desarrollamos en extenso en el capítulo 3, estas dimensiones son: política, institucional y social; administrativa, económica y de funcionamiento, y tecnológica. Todas se trabajan en diálogo con las condiciones de producción sobre las que las televisoras se despliegan: el rol del Estado en la definición del marco regulatorio, el grado de concentración del mapa de medios en el que intentan funcionar, la existencia o no de políticas sistemáticas de fomento; el avance de la infraestructura y la tasa de encendido de la televisión digital abierta; la historia, fortaleza y/o debilidad del sector; la incidencia de sus organizaciones, la inserción comunitaria y la movilización de su base social.

El fenómeno de la televisión alternativa, popular y comunitaria en América Latina tiene el tiempo de las democracias. Son pocos los canales que han logrado sostenerse en el tiempo, producto de décadas de proscripción legal, y menos aun los que van logrando sortear con éxito la transición digital, que implica una renovación tecnológica radical. Esto hace que haya pocos antecedentes “exitosos” en términos de sostenibilidad en la región. La transición de la definición estándar analógica a la alta definición tiene su eje en la transmisión, pero la excede para abarcar los procesos de registro, la iluminación, los decorados, el vestuario y el maquillaje en cámara; es decir, la arquitectura televisiva como totalidad.

En la Argentina las primeras experiencias se remontan al final de la década de los 80, pero no superaron la extensión del sistema de cable y se fueron apagando progresivamente en los 90. La movilización en torno al cambio de milenio; las demandas y necesidades de información y comunicación de grupos sociales emergentes, y la experimentación con nuevas tecnologías generaron las bases para su re emergencia en el primer lustro de los 2000. Después, los debates que acompañaron la propuesta y sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009 animaron el impulso de canales alternativos, populares y comunitarios que lograron funcionar de manera regular, oxigenando un sistema televisivo históricamente gestionado con lógica mercantil.

En Chile el fenómeno tiene una década menos, pero las principales emisoras referentes en ese país lograron sostenerse en el aire durante más de 20 años de manera ininterrumpida, basadas en una fuerte inserción comunitaria. Herederas de las experiencias de video de base o video popular, y de los “pantallazos” realizados en las poblaciones de Santiago en las postrimerías de la dictadura de Augusto Pinochet, las televisoras chilenas tenían un acumulado social importante y años de ejercicio de una programación propia cuando en 2008 la entonces

presidenta Michelle Bachelet ingresó al parlamento la ley 20.750 de introducción de la televisión digital, aprobada recién seis años después, durante su segundo mandato.

## *1.2. Motivaciones*

Esta tesis se realizó con el apoyo de una beca UBACyT de culminación de doctorado, realizada en el marco del proyecto “Las opciones tecnológicas de los medios sin fines de lucro en Argentina en el nuevo contexto regulatorio post sanción de Ley 26.522”, dirigido por Martín Becerra y co-dirigido por Ricardo Beltrán. El plan de trabajo contenía inicialmente la comparación de experiencias en los tres países del Cono Sur: Chile, Argentina y Uruguay. Sin embargo, al no existir canales comunitarios operativos, con estudios y programación relativamente estable en este último país, se tomó la decisión de concentrar los esfuerzos investigativos en los primeros dos, donde el fenómeno está desarrollado y por lo tanto es medible y comparable.<sup>1</sup>

La comunicación alternativa es un tema que me convoca desde los estudios de grado (mi tesina de licenciatura en Ciencias de la Comunicación se centró en el estudio de la agencia clandestina ANCLA, orientada por Rodolfo Walsh, luego publicada en formato libro). El interés se mantuvo desde entonces, fundado en una relación de ida y vuelta entre mi propia intervención militante y el ámbito académico, a través de la participación inicial como investigadora en el proyecto UBACyT “La comunicación alternativa en la Argentina 2001-2007”, dirigido por Carlos Mangone, y de mi desempeño docente en la materia Teorías y Prácticas de la Comunicación II, primero, y en el Taller de Expresión II después.

Como muchas de las personas que investigan en este campo, la condición teórico-práctica de la alternatividad se convirtió en una fuente de motivaciones que inspiraron el trabajo científico. En el marco de la crisis de 2001 me acerqué al lenguaje audiovisual, y particularmente a la televisión. En 2003, mientras realizábamos una de las emisiones de la llamada “televisión piquetera” en uno de los barrios del Gran Buenos Aires, me pregunté por la historia de estos canales de televisión impulsados por grupos populares. Esto dio lugar al trabajo final de la Especialización en Planificación y Gestión de la Actividad Periodística (FCSoc UBA), sobre la experiencia de Canal 4 Utopía, y luego a la tesis de la Maestría en

---

<sup>1</sup> Para un acercamiento a las iniciativas alternativas y comunitarias en Uruguay en el contexto del despliegue de la televisión digital, puede consultarse la tesis de Nicolás Robledo (2019).

Periodismo de la misma casa, titulada “La televisión alternativa, popular y comunitaria (1987-2012). Historia, problemas y contrainformación para el área metropolitana” (Vinelli, 2013), después publicada como libro (Vinelli, 2014).

Aunque el presente trabajo no es una continuidad estricta respecto de esta tesis, sí podemos sostener que sentó las bases para una comprensión más acabada del fenómeno, constituyendo el piso desde el que se elabora el mapa conceptual que permite abordar de manera comparativa el fenómeno de la televisión alternativa en Argentina y Chile. Paralelamente, además, dirigí un Grupo de Investigación en Comunicación entre 2012 y 2014 sobre comunicación alternativa y nuevas tecnologías; proyectos de extensión sobre la temática en el marco de voluntariados universitarios y un proyecto dentro del Programa de Reconocimiento Institucional de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales sobre televisión alternativa, estrategias político comunicacionales y encuadre legal, entre otros. También dicté varias ediciones de seminarios optativos en la Carrera de Ciencias de la Comunicación sobre televisión alternativa, popular y comunitaria.

En 2009 participé de la fundación de uno de los canales alternativos que en 2015 logró concursar y ganar una licencia en televisión digital abierta; soy su referente y parte de su colectivo de dirección. Esto me acerca de forma cotidiana a los desafíos y los obstáculos de estas experiencias en el marco de la transición digital, y me impulsa a investigar de cara a mejorar el desarrollo de nuestras prácticas, consciente de las restricciones que suponen el lento



*Diciembre de 2018. Protesta frente a Canal 13 en demanda del ingreso de Barricada TV, PAREStv y Urbana TeVé a la grilla del cable.*

encendido digital y una cultura masiva de consumo de la televisión de pago para funcionar con alguna oportunidad en el mapa de medios de los países analizados. En este marco me integré al equipo dirigido por Becerra, donde se asentó esta investigación, y finalmente al Proyecto de Investigación Orientado CONICET Defensoría del Público titulado “Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522: condiciones, estrategias y desafíos”, dirigido por María Soledad Segura.

### *1.3. Objetivos y premisas*

El objetivo general de la investigación es evidenciar las condiciones de posibilidad y las estrategias de legalización y digitalización impulsadas por las experiencias de televisión alternativa argentinas y chilenas en el contexto de la transición digital: identificar las barreras de entrada para el ingreso de los canales del sector social comunitario al sistema de medios en cada uno de los países, y dar cuenta de las estrategias que se construyen desde los medios para llegar y sostener el proyecto en el tiempo. Los objetivos específicos son:

1. Identificar modelos de televisión alternativa, comparar y distinguir los principios generales que organizan a las experiencias en el marco de la implementación de la televisión digital terrestre en Argentina y Chile;
2. Evidenciar las diferencias y semejanzas en las condiciones de producción de las televisoras alternativas argentinas y chilenas;
3. Analizar las estrategias con las cuales los canales abordan la transición hacia la televisión digital, sus recurrencias y variaciones;
5. Poner en relación las condiciones de producción y las estrategias impulsadas por la televisión alternativa en ambos países;
6. Reconstruir desde un punto de vista histórico y social el fenómeno de la televisión alternativa, popular o comunitaria en la región, de modo de aportar a una historia de los medios que incorpore las especificidades del sector durante el período analizado, y
7. Dar cuenta del rol que las emisoras ocupan en los sistemas de medios de ambos países, una vez completados los procesos de legalización y digitalización.

La premisa que guió la investigación es que la televisión alternativa, popular o comunitaria tiene mejores posibilidades de desarrollarse, asumir la migración hacia la televisión digital y constituirse en una alternativa de comunicación dentro del paisaje mediático cuando

se combinan diferentes elementos vinculados a las condiciones de producción de las emisoras, y a su propia incidencia para ampliar esas condiciones, a saber:

a) El marco regulatorio limita la concentración e incorpora a los actores comunitarios dentro de la legislación, producto de la correlación de fuerzas en un período histórico dado, la incidencia ciudadana y la participación de las organizaciones del sector en el diseño de la normativa con reivindicaciones y planteos propios; que a su vez presionan por su implementación plena;

b) El contexto institucional y un Estado activo favorecen el diseño de políticas públicas democratizadoras que promueven la sostenibilidad de los medios, como los programas de fomento para equipamiento y contenidos, y los debates sobre la transparencia de la pauta oficial;

c) La base social se encuentra movilizada, atenta a garantizar los derechos alcanzados a partir de la aplicación de la normativa y un tratamiento desde su especificidad, pujando por un lugar en el espectro diferenciado de los medios públicos estatales y comerciales;

d) Los canales se encuentran insertos en la dinámica de su comunidad (entendida en sentido sociológico y no geográfico), apropiados por las organizaciones de militancia que le dan una orientación colectiva, política y comunicacional, entendiéndose como parte de un proyecto que los trasciende; y

e) Cuando la experiencia alternativa logra construir a través de fuertes articulaciones locales y regionales estrategias de autogestión y organizaciones de segundo y tercer grado capaces de sostener una propuesta comunicacional alternativa en el mapa de medios, interpelando a sus audiencias y sumándolas en su defensa.

Sin embargo, a lo largo de la investigación encontramos que las posibilidades de las televisoras en el marco de la transición quedan acotadas al grado de penetración de la tecnología digital en general, una variable que las excede y que las mantiene, ahora de manera más sofisticada, en los márgenes del sistema de medios. Lejos de cumplir con un rol de contrapeso frente a la concentración, se renueva la asimetría que los actores alternativos, populares y comunitarios enfrentan históricamente. Los concursos y primeras licencias para la televisión alternativa son históricos en términos de saldo de una deuda de décadas con el sector, pero se otorgan en el marco de una renovación tecnológica que no logró implantarse entre las audiencias.

#### *1.4. Estructura de la tesis*

Luego de dar cuenta de las preguntas de investigación, las motivaciones que la impulsaron, los objetivos y premisas, en el próximo apartado dentro del presente capítulo nos detenemos en sus antecedentes a partir de la sistematización del estado general de conocimiento sobre el tema. Después, en el capítulo 2, desarrollamos el enfoque teórico que nos permitirá delimitar conceptualmente el objeto: la comunicación alternativa (su estatuto epistemológico, las conceptualizaciones predominantes en el marco de la constitución del campo de la comunicación y la cultura en América Latina y los consensos alcanzados), en articulación con los aportes de la economía política y del derecho de la comunicación.

La investigadora chilena Chiara Sáez Baeza (2008) sostiene que la comunicación alternativa, y dentro de ésta la televisión, enfrenta una secundarización dentro de la historia de los medios, dentro del ecosistema mediático y dentro de las teorías de la comunicación; es decir, “como fenómeno histórico, como fenómeno comunicacional y como fenómeno teórico” (Baeza, 2008: 46 y siguientes). En este sentido el enfoque se potencia en el diálogo con la economía política de la comunicación y la cultura, para dar cuenta de las condiciones del mapa de medios en el que estas emisoras se insertan (de manera periférica y desigual); y con el derecho de la comunicación, de manera de trabajar el contexto normativo, los avances en torno a los estándares del sistema interamericano de derechos humanos y la lectura de la televisión digital como oportunidad para la democratización de la comunicación. Como se mostrará, las relaciones con estos dos subcampos están en el origen de las reflexiones sobre la alternatividad en la región, y permiten comprender los escenarios sobre los cuales ésta se desarrolla.

En el capítulo 3 nos detenemos en el planteamiento metodológico, dando cuenta en detalle de las decisiones analíticas tomadas a lo largo de la investigación, de las vías de abordaje adoptadas y de las diferentes fuentes consultadas, tanto de primera como de segunda mano, entrevistas, documentos y sistematización de textos legales. También se explicitan los criterios para la selección de los casos argentinos y chilenos, y se presenta el instrumento principal para la recolección de datos, con sus dimensiones, principios teóricos y variables de análisis que permiten procesar y comparar las experiencias de televisión alternativa desarrolladas a ambos lados de la Cordillera, de manera de encontrar modelos y principios generales de organización en el contexto de la transición digital, que se da en paralelo a los cambios normativos.

Los capítulos 4 y 5 son de análisis propiamente dicho, y se concentran en las condiciones de producción y de posibilidad de las emisoras alternativas en Argentina y Chile, respectivamente. Ambos capítulos se organizan de la misma manera, yendo de lo general a lo

particular, para permitir luego la comparación entre ambas unidades. Es decir que arrancamos con un análisis del lugar de la televisión en el sistema de medios en cada uno de los países, y dentro de esto nos detenemos en el grado de avance del despliegue de la televisión digital terrestre. Seguidamente recuperamos, detallamos y analizamos la normativa específica que atiende al sector no lucrativo o comunitario de la comunicación, las normas técnicas de la televisión digital y sus decretos y resoluciones; y las políticas de fomento a las cuales lograron aplicar las emisoras en ambos países, de manera de sistematizar las condiciones de producción sobre las cuales se desarrollan las experiencias.

Luego se reconstruyen la historia y los principales hitos de la televisión alternativa a ambos lados de la Cordillera, entendiendo que la propia acción de los colectivos que la impulsan permite ampliar sus condiciones de posibilidad. Esto da lugar, en sendos capítulos, a la descripción pormenorizada y al análisis de los casos argentinos y chilenos de acuerdo con los datos relevados, que luego se comparan para poner en evidencia tanto las condiciones como las estrategias de legalización y migración que en cada uno de los países llevó adelante la televisión alternativa, popular y comunitaria, dando cuenta de las regularidades y de las variaciones encontradas en cada contexto nacional, las relaciones establecidas con empresas proveedoras y la toma de decisiones acerca de la incorporación de las tecnologías. Este último apartado dentro de los capítulos 4 y 5 funciona como conclusión parcial de la investigación para cada uno de los países.



*Control en la emisora Señal 3 La Victoria, Santiago de Chile.*

En el capítulo 6, como se adelantó más arriba, se comparan las condiciones de producción en los dos países, el grado de concentración del sistema de medios, el encendido digital, las normativas específicas, el tipo de reconocimiento del sector, el desarrollo del fenómeno de la televisión alternativa y el acceso a fomento en infraestructura, equipamiento y

realización de contenidos. Luego se comparan las tres dimensiones de análisis: la dimensión política, institucional y social, los modos de intervención y estrategias para alcanzar la legalidad en cada uno de los países; la dimensión administrativa, económica y de funcionamiento, dando cuenta de las condiciones para la profesionalización del sector; y la dimensión tecnológica, concentrada en la comparación del equipamiento adquirido y las estrategias para la migración a digital de los canales argentinos y chilenos.

Finalmente, en el capítulo 7 se arrojan las conclusiones encontradas, sistematizando las respuestas a las preguntas de investigación que orientaron el desarrollo de todo el trabajo: ¿Cuáles son las condiciones de posibilidad de la televisión alternativa en el marco de la transición digital en Argentina y Chile? ¿Cuáles son las barreras de entrada para el ingreso de las televisoras del sector social comunitario al sistema de medios? ¿Qué gravitación tienen los cambios regulatorios y las políticas públicas destinadas a los medios no lucrativos? ¿De qué manera impactan las transformaciones tecnológicas, los elevados estándares de calidad técnica y los escenarios legales sobre la sostenibilidad económica e institucional del medio? ¿Con qué estrategias las emisoras abordan la migración digital, cuáles son las dificultades, limitaciones y desafíos de esta transición? De este modo se exponen los hallazgos encontrados, dando cuenta de las variaciones y las recurrencias acerca del rol que estos medios ocupan en el mapa de sus respectivos países, y se proponen recomendaciones de cara a la consolidación del actor.

### *1.5. Estado actual del conocimiento sobre el tema*

Los cambios regulatorios orientados a la democratización de las comunicaciones en América Latina en general, y en el Cono Sur en particular, sumados al reconocimiento del sector sin fines de lucro como actor de derecho dentro de los sistemas de medios en la región, fueron prologados por un intenso debate social que tuvo su correlato en el campo académico y promovió líneas de investigación acerca de la relación entre el Estado, la legislación, los movimientos sociales, algunos sindicatos de trabajadores del sector y los medios alternativos y comunitarios. En la última década, el ámbito científico vio multiplicarse proyectos de investigación y publicaciones sobre la temática, dando lugar a una camada de nuevos trabajos académicos (entre otros: Kaplún, 2012; Graña, 2013; Kejval, 2009, 2014 y 2018; Pulleiro, 2012; Vinelli, 2012 y 2014; Lizondo, 2015; Iglesias, 2015; Cerbino, 2018; Sáez Baeza, 2018).

En el Cono Sur, la ley de Radiodifusión Comunitaria 18.232 de 2007 en Uruguay, y la sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009 en la Argentina, en

sintonía con la discusión sobre el rol ocupado por los medios de comunicación de masas sobre la subjetividad social, colaboraron con la renovación del interés en el estudio de la alternatividad y la comunicación comunitaria. Nos referimos a una zona teórico práctica dentro de las ciencias de la comunicación que, a pesar de constituirse como una de las corrientes fundantes del campo de la comunicación y la cultura y de poseer una larga tradición en la región, había sido relegada en la producción de conocimiento científico y secundarizada tras las derivas de los noventa en el campo de las ciencias sociales (Gumucio, 2004; Mangone, 2005; Mata, 2011).

En Argentina, en el marco de los debates que dieron lugar a los 21 Puntos para una Radiodifusión Democrática tomados como base para la formulación de la ley 26.522, se produjo un reencuentro productivo entre economía política de la comunicación y comunicación alternativa; también entre perspectivas macro y análisis micro, retomando viejos debates acerca de la definición de la alternatividad ocurridos alrededor del NOMIC, como los producidos entre Margarita Graziano (1980) y Máximo Simpson Grinberg (1989 [1986]). Este reencuentro favoreció una comprensión más acabada acerca de las condiciones de producción de la práctica alternativa, que redimensionó y complejizó la relación con el Estado y la definición de políticas públicas.

Algunas revistas académicas dedicaron números especiales sobre medios comunitarios y políticas de comunicación en América Latina. Entre otras, la revista científica de la Red de carreras de Comunicación Social y Periodismo, *Revcom*, publicó en 2017 un número sobre “Medios comunitarios: perspectivas y desafíos” (nro. 5); la revista de comunicación y ciudadanía digital de la Universidad de Cádiz, *Commons*, dedicó un especial en 2018 a “Medios ciudadanos, comunitarios y alternativos en Argentina y España” (vol. 7 nro. 1); la revista latinoamericana de comunicación *Chasqui* publicó el número 140 de 2019 sobre comunicación y medios comunitarios; la revista *Tram[p]as de la comunicación y la cultura* de la FPyCS de la UNLP hizo lo propio con un dossier sobre comunicación popular en 2016 (nro. 79); la revista *Austral Comunicación*, publicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral, dedicó un monográfico a políticas públicas de comunicación en 2013 (vol. 2 nro, 2), al igual que *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, publicación de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA en 2013 (nro. 6) y 2018 (nro. 16).

Desde la economía política de la comunicación, Martín Becerra (2015), Beltrán & Becerra (2017); Becerra & Mastrini (2009 y 2017), Mastrini, Bizberge & De Charras (2013), y Santiago Marino (2011) trabajaron sobre la relación entre la estructura y propiedad del sistema de medios, la economía de escala, los marcos regulatorios, las políticas de comunicación y el

tratamiento de los medios públicos y del sector sin fines de lucro; en tanto que Daniela Monje (2012) realizó un análisis comparado de las políticas públicas de comunicación audiovisual aplicadas en Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay para los sectores público, comercial y social comunitario, y Marino (2017) sobre políticas de comunicación del sector audiovisual.

Daniela Parra Hinojosa (2015) vinculó los procesos de integración latinoamericana con las propuestas de las experiencias de comunicación alternativa, popular y comunitaria, haciendo eje en el sentido de esa integración desde la mirada de los movimientos sociales. María Soledad Segura (2018), por su parte, estudió los procesos de incidencia de la sociedad civil en relación al derecho de la comunicación en la Argentina, construyendo un mapa de las organizaciones que pujaron por democratizar la comunicación entre 2000 y 2015; mientras que Segura & Weckesser (2016) editaron un libro sobre los medios sin fines de lucro y el marco normativo, dando cuenta en diferentes artículos de los debates, tensiones y escenarios sobre los que estas experiencias se desarrollaron entre 2009 y 2015.

En la línea que asocia la comunicación alternativa y comunitaria con el derecho de la comunicación, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC (2009) compiló un libro que se detiene en el análisis de los marcos regulatorios nacionales en radiodifusión y su diseño institucional; la aplicación de las normativas y su impacto sobre la democratización de la comunicación; en tanto que el Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia OBSERVACOM dedicó varios informes a la temática: en 2016, el *Informe Regional sobre Transición a la TV Digital y Diversidad*; y en 2017 el trabajo *Libertad a medias. La regulación de los medios comunitarios en América Latina y su compatibilidad con los estándares interamericanos de libertad de expresión*.

Como es obvio, los informes de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH, sobre todo las recomendaciones extensamente citadas para radio y televisión digital, son fundamentales dentro de un estado del arte que reconstruya la relación entre derecho de la comunicación y comunicación no lucrativa. Se trata de los *Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente*, y de los *Estándares de libertad de expresión para la transición a una televisión digital abierta, diversa, plural e inclusiva* (2015). Desde los aportes del derecho de la comunicación, Damián Loreti y Luis Lozano (2014) también se detienen en los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas.

Los desplazamientos conceptuales en torno a la comunicación alternativa concitaron el interés de Carlos Mangone (2005), Clemencia Rodríguez (2009) y María Cristina Mata (2011). Chiara Sáez Baeza & Alejandro Barranquero (2010) también trabajaron sobre el estatuto epistemológico de la alternatividad, y se detuvieron en su lugar como objeto en la enseñanza

de las teorías de la comunicación. Vinelli & Rodríguez Esperón (2004) compilaron un libro sobre comunicación alternativa y contrainformación, y se detuvieron en las connotaciones que estos términos generan. Adrián Pulleiro (2012) y Larisa Kejval (2009, 2014 y 2018) recuperaron el debate sobre la definición de la alternatividad a partir del recorrido histórico de las radios en América Latina y su tratamiento del tema en el marco de los debates más amplios en el campo de la comunicación y la cultura.

Sáez Baeza (2018), por su parte, ofrece una potente compilación sobre comunicación alternativa en Chile, componiendo una panorámica pionera desde una perspectiva histórica de largo plazo que arranca en 1810 y se extiende hasta 2015 (Sáez Baeza, 2018: 11). En tanto que Mauro Cerbino (2018) trabajó la relación entre medios comunitarios, proximidad y acción del común, como forma de construcción de lazos sociales; y Susanna de Guio & Joaquín Urioste (2017) hicieron lo propio con las estrategias de las organizaciones de medios alternativos y comunitarios ante los cambios normativos, poniendo en relación las prácticas con sus condiciones de producción.

Liliana Lizondo (2015) y María Magdalena Doyle (2016) trabajan el cruce comunicación y pueblos originarios. Lizondo se detiene en el caso de FM Comunitaria La Voz Indígena, ubicada en Tartagal, en la provincia de Salta, para dar cuenta de las demandas de los comunicadores y las comunicadoras indígenas de una comunicación con identidad, diferenciada de otras prácticas de comunicación emancipadora (Lizondo, 2015: 84 y siguientes). En tanto que Doyle (2016) se detiene en las identificaciones políticas y las reivindicaciones y demandas de los pueblos indígenas en torno al sistema de medios, a partir de la construcción de su objeto de investigación desde la articulación entre antropología sociocultural y los estudios de la comunicación.

La tecnicatura en Comunicación Popular de la Universidad Nacional de Quilmes, dirigida por Claudia Villamayor, en conjunto con FARCO, IDELCOOP y la Secretaría de Políticas Universitarias, publicó un relevamiento de radios cooperativas y comunitarias. El enfoque metodológico se concentró en las estrategias económicas y de trabajo de las emisoras, su situación legal; la apropiación de tecnología y vínculos con las universidades públicas, entre otros puntos (UNQ & otros, 2019). También realizaron relevamientos y mapas la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP), el proyecto de investigación CONICET Defensoría del Público dirigido por Segura, que dio lugar a varios artículos, entre ellos Segura, Linares & otros (2018) sobre la multiplicación de los medios comunitarios, populares y alternativos, sus alcances y limitaciones; y el proyecto sobre comunicación popular y alternativa en contextos de frontera del Consejo de Investigación de la

Universidad Nacional de Salta, publicado en formato libro por Apaza, Benavidez & Burgos en 2015.

En la misma línea, Segura (2013 y 2014) también estudió las oportunidades y las restricciones en las estrategias de sustentabilidad de los medios sin fines de lucro, deteniéndose en la experiencia de la televisión comunitaria y la producción de contenidos audiovisuales en Argentina. Enfocados en la radio, pero con conclusiones adaptables a las experiencias de televisión, Kejval (2014 y 2018), Martín Iglesias (2015) e Inés Binder, Pablo Fisher & Francisco Godínez Galay (2017) trabajaron la sostenibilidad económica administrativa de las radios, los modelos de gestión y las significaciones en torno a las identidades políticas, atravesadas por los debates y la sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Mientras que Verónica Longo & Ana Laura Hidalgo (2018) enfocaron en la sostenibilidad de los medios sin fines de lucro en la región de Cuyo; y Segura, Natalia Traversaro & Emilia Villagra (2018) hicieron lo propio sobre el caso de los medios comunitarios en la provincia de Córdoba.

En relación al conocimiento producido en la zona problemática de articulación de las políticas de implementación de la televisión digital terrestre y el acceso de los actores no lucrativos, son muy escasos los antecedentes y mayormente no se detienen en las condiciones de migración de la televisión alternativa, popular y comunitaria en particular. Guillermo Mastrini, Santiago Marino & otros (2014) realizaron un aporte con la publicación de los resultados de la investigación sobre usos y consumos de la televisión digital terrestre en los municipios de San Fernando y Quilmes, en el conurbano bonaerense, encontrando que la tecnología impacta positivamente en el público cuando la barrera del desconocimiento y las dificultades de tipo operativo logran ser superadas (Mastrini, Marino & otros, 2014: 83).

Fernando Fuente Alba-Cariola (2011) analiza los desafíos que la transición implica para la televisión local chilena, y dentro de esto se detiene en algunos casos de televisión comunitaria de ese país y en las dificultades que acarrearán estas experiencias. Pero debido a la fecha de publicación de su trabajo, no alcanza a detenerse en las instancias abiertas por las recientes concesiones comunitarias. Sergio Godoy Etcheverry (2009), al igual que Luis Loyola Arroyo (2011), se concentran en las posibilidades de que acarrea la TDT, pero quedan desactualizados por el tiempo transcurrido entre la publicación y los tiempos del despliegue digital en el caso chileno.

Más cerca en el tiempo, Sáez Baeza (2014 y 2015) examina la implementación de la TDT en ese país desde la perspectiva de la incidencia de las organizaciones ciudadanas y de medios comunitarios, y pone atención en las posibilidades y dificultades de la TV local,

regional y comunitaria en el marco de ese proceso. En Uruguay, Gabriel Kaplún (2012) trazó un recorrido a través de las decisiones que involucraron políticas referentes a la implementación de la televisión digital desde la perspectiva de la comunicación comunitaria; François Graña (2012) compiló un libro centrado en el análisis de la ley 18.232, los avatares de la discusión parlamentaria y la percepción de los actores sociales involucrados; y Gustavo Gómez (2014) publicó un informe sobre las tendencias y desafíos de la regulación en medios y televisión digital en América Latina.

Abel Suing (2016) analizó los objetivos de la transición a la televisión digital terrestre en Latinoamérica, estableciendo que en ellos convergen fines tecnológicos, sociales y económicos, y los compara con las orientaciones de los organismos internacionales, el derecho a la comunicación y las tendencias de convergencia. Becerra, Espada & otros (2016) realizaron un diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina, y Josep Àngel Guimerà i Orts (2013) investigó y publicó sobre políticas de comunicación, pluralismo y televisión sin fines de lucro en el mismo país. Federico Beltramelli (2017) se detuvo en el proceso de asignación de la televisión digital en Uruguay, en tanto que Luis Albornoz & María Trinidad Leiva compilaron un libro en 2012, que reúne experiencias de transición hacia la televisión digital terrestre en Europa, América y Asia y se caracterizan sus antecedentes e importancia en términos de diversidad audiovisual.

Los trabajos específicos sobre televisión alternativa y comunitaria en la región son, finalmente, menos numerosos que los anteriores, y dentro de éstos menos aún aquellos que estudian casos de manera comparada en el contexto de la transición digital, siendo también pocos los que analizan la migración del sector en especial. Aquí ubicamos el libro de Sáez Baeza (2015) sobre televisión en Chile, ya citado; la reciente tesis de maestría de Nicolás Robledo (2019) sobre la experiencia del audiovisual comunitario en Uruguay (y los obstáculos de un proceso que impidió a estos colectivos acceder a la TDT); y la compilación de Ricardo Beltrán & Martín Becerra (2017) sobre medios sin fines de lucro e incorporación de tecnologías, que también contornea la temática.

En lo que hace al debate sobre la impronta y la definición de la televisión alternativa, Sáez Baeza (2008) fundamentó la pertenencia de estas prácticas a un Tercer Sector de la Comunicación, a partir de análisis de casos en Venezuela, España y Estados Unidos. Alfonso Gumucio Dagron (2003) sistematizó algunas de sus características y Pablo Villagra (2012) se detuvo en los desafíos de la televisión popular en Chile. Vinelli (2013 y 2014) construyó una historia social de las televisoras con asiento en el área metropolitana de Buenos Aires, indagando en sus orígenes durante la década de los 80 y la evolución del fenómeno hasta

nuestros días. Pedro Mujica (2012) y Oscar Lloreda (2012) se enfocaron en las experiencias de TV comunitaria en Venezuela; y Cicilia Krohling Peruzzo (2006) centró su trabajo en el recorrido, antecedentes y vías de participación de la TV comunitaria en Brasil.

Por último, Diego Caballero (2017) se detuvo en la relación entre producción audiovisual (y dentro de ella la televisión) y comunicación alternativa, comunitaria y popular; Daniela Monje y Ezequiel Rivero (2018) editaron una compilación sobre televisión cooperativa y comunitaria, donde se analizan las estrategias para el sector en el contexto convergente; Ana Lucía Nunes de Sousa (2018) se concentró en el caso de Faro TV y Marino & Guimerà Orts (2016) estudiaron en particular el caso de Barricada TV, para dar cuenta de las relaciones y tensiones del sector con el Estado. También Mariano Suárez (2018) publicó un completo trabajo sobre la misma experiencia, documentando el recorrido de esta emisora porteña y dando cuenta de las dificultades que se fueron presentando en el camino para obtener la legalización; mientras que en Chile, Iván Cea Vargas (2015) mapeó y describió las experiencias de los canales comunitarios de ese país; y Camila Morales Monroy & Daniela Uribe Caro (2011) se preguntaron por la proyección de estos canales en el marco de la migración hacia la televisión digital.

## 2. Enfoque conceptual

### 2.1. La comunicación alternativa y su estatuto epistemológico

¿Qué se entiende por comunicación alternativa? ¿Cuáles son los contornos que permiten diferenciar y definir estas experiencias de otras? Estas preguntas abren buena parte de los esfuerzos teóricos sobre la temática, en tanto que la literatura existente da cuenta de las dificultades conceptuales que esta zona teórico práctica presenta dentro de las ciencias de la comunicación. No existen definiciones cerradas, la gama de enfoques es variada y éstos obedecen a las tradiciones teóricas y políticas que impulsan tanto a las prácticas como a las reflexiones acerca del fenómeno. Como señalamos con Carlos Rodríguez Esperón, se trata de una noción imprecisa y ya casi es un lugar común plantear la falta de consenso en torno a una definición única que explique lo alternativo, hecho que ha derivado en una utilización demasiado flexible del término, capaz de contener en su seno prácticas comunicacionales de diversos tipos, a veces incluso contradictorias entre sí (Rodríguez Esperón & Vinelli, 2004).

De acuerdo con Alejandro Barranquero,

si realizamos una revisión expedita de los textos académicos más recientes comprobaremos con facilidad que los medios alternativos constituyen un objeto de estudio complejo y problemático en comparación con otras subdisciplinas del ámbito comunicacional con un estatuto epistemológico más definido. (Barranquero, 2010: 3)

En efecto, los debates acerca del estatuto epistemológico de la alternatividad tienen larga data. John Downing ya daba cuenta de esto en su libro *Radical Media. The political experience of alternative communication*, de 1984, cuya versión revisada se publicó en 2001 con el título *Radical media. Rebellious communication and social movements* (versión en español en Downing, 2011), donde el autor intenta ubicar estas experiencias en “redes de pensamiento que permitan dar cuenta de su papel y su importancia en el mundo de hoy” (Cadavid, 2011: 397). Para Downing,

no existe alquimia instantánea, ni procedimiento socioquímico incuestionado, que permita adivinar en un destello, o con resultados definitivos, cuáles son los verdaderos medios radicales o los aparentemente radicales; o aun, los no radicales.<sup>[1]</sup> En este variadísimo caldo hirviente al que llamamos *sociedad*, ¿qué cuenta como políticamente de oposición, como expresión personal, como experimental, como incrustado en el presente cultural, anunciando el futuro del público, reclamando los méritos olvidados del pasado? Para aquellas mentes instintivamente ordenadas, este grado de dilema les genera un dolor real, un verdadero absceso intelectual. Sin embargo, sin desear nublar su amor propio, es tal vez y precisamente la indeterminancia de ese caldo hirviente lo que constituye el punto más importante. (Downing, 2011: 402)

En América Latina, Máximo Simpson Grinberg se detenía en este aspecto en la introducción a uno de los libros más importantes sobre la temática, *Comunicación alternativa y cambio social*, publicado originalmente en 1981 en México.<sup>2</sup> En sus páginas destaca las diversas expresiones (comunicación popular, comunitaria, participativa, autogestionaria, etc.) utilizadas para enfatizar distintos aspectos del fenómeno, “cuyo denominador común radica, a nuestro juicio, en el hecho de constituir en todos los casos una opción frente al discurso del poder en sus diversos niveles” (Simpson, 1989: 31).

Señalando la decisión de utilizar los términos “comunicación alternativa” de manera genérica y no excluyente (p. 31), Simpson describe y critica los enfoques predominantes de la investigación sobre alternatividad en la región: entendida como respuesta u oposición a los medios masivos (y por ende, a la verticalidad de la producción industrial, apelando a los medios artesanales; se trata de una definición por la negativa); como opción al discurso dominante (más allá de su estructura industrial o artesanal); como instrumento de las vanguardias políticas e intelectuales, o como fenómeno de resistencia cultural, dada la persistencia en algunos casos de formas comunicacionales preexistentes al advenimiento de la comunicación de masas (Simpson, 1989).

Esta dispersión conceptual se explica por la condición teórico práctica de la alternatividad. Chiara Sáez Baeza (2008) sostiene que

a diferencia del sistema de medios oficial, la comunicación alternativa es un objeto de estudio “indisciplinado”, cuyas expresiones se han caracterizado históricamente por su carácter inconstante, difuso y en ocasiones efímero: si se los mira con el mismo foco de análisis que los medios tradicionales no se podrá decir mucho de ellos y su influencia será denostada. Por esta razón, emerge como un consenso entre distintos investigadores del tema la idea de que la historia de la comunicación alternativa es mucho más larga y

---

<sup>2</sup> La edición de 1981 es de la UNAM. El libro fue editado después por Premiá Editora en 1986, y reeditado en 1989. Aquí se trabaja con la edición de 1989.

compleja de lo que parece a primera vista. Esto los lleva a hablar de una persistencia histórica y geográfica que pone en evidencia su influencia en la vida social como expresión de las luchas por el cambio social. (Sáez Baeza, 2008: 57)

En otras palabras: aunque es posible encontrar algunos contornos desde donde leer estas experiencias comunicativas y culturales (nos detendremos sobre esto más adelante), no existe un modelo estandarizado ni síntesis capaz de controlar las resonancias connotativas que los propios términos alternativo, popular o comunitario generan. Se trata de un campo complejo y polifacético, como señala Oscar Magarola (s/f), que resiste “cualquier pretensión de definición. Ensayar una sería reducir el fenómeno, congelarlo en una fórmula académica poco fecunda”.

En los términos que venimos planteando hasta acá, compartimos esta convicción, ya que las clasificaciones reducen la complejidad de este fenómeno social y lo simplifican, impidiendo la reflexión o volviéndola dogmática. Pero al mismo tiempo entendemos que clasificar lo alternativo es tan inconducente como abusar de su ambigüedad. Por eso a lo largo de la historia de estos medios los intentos de definición fueron numerosos, tanto por la necesidad de las propias emisoras y sus redes de construir sus identidades político comunicacionales, como desde la necesidad investigativa de construir la alternatividad (y en este caso, la televisión alternativa) como objeto científico.

De acuerdo con Barranquero (2010), si bien

la falta de claridad en la definición del objeto supone para algunos autores el motor de una investigación plural, no esencialista, imaginativa y siempre atenta a la generación de nuevos conceptos y herramientas frente a la “institucionalización” o la malversación de nociones originariamente transformadoras emanadas en el ámbito de los movimientos sociales [...] para otros, este mismo hecho impide el progreso académico del campo en base a programas científicos sólidos, la articulación de redes o la conformación de “lobbies” de presión a favor de políticas públicas que favorezcan al sector. (Barranquero, 2010: 4).

Teniendo en cuenta estas dificultades, nos proponemos trabajar con ciertos rasgos, regularidades o criterios que funcionan como consensos generales tanto para la investigación académica como para la reflexión práctica, de modo de construir un objeto de estudio más o menos preciso que nos permita responder qué es la televisión alternativa, popular, comunitaria, y cuáles son sus condiciones de posibilidad para asumir exitosamente la migración hacia la televisión digital terrestre. Desde esta conceptualización, nos interesa dar cuenta del espacio

que ocupan estas experiencias en el sistema de medios de sus respectivos países. De esta manera buscamos evitar tanto el corsé que actúa como filtro de pureza como la inflación terminológica que termina por diluir la alternatividad en una suerte de “cajón de sastre” donde va a parar cualquier retazo de experiencia que ofrezca dificultades para pensarse dentro de los modelos y esquemas de la comunicación hegemónica.

Los debates que acarrearón los cambios regulatorios que reconocen al sector en una docena de países latinoamericanos reavivaron la necesidad de construir un marco de referencia que permita distinguir sociológicamente los medios alternativos, populares y comunitarios como actores diferenciados tanto de la categoría más amplia “medios sin fines de lucro” (utilizada en la legislación argentina) como de las micro y pequeñas empresas, que comparten muchas veces el mismo escenario local o territorial que los primeros pero cuya naturaleza es diferente; o de las denominaciones “televisión de baja potencia” (por limitar el medio exclusivamente a su alcance) y “televisión local” (en la normativa chilena se establece la existencia de concesionarios “locales” y “locales de carácter comunitario”), separándolas “de aquellos otros de ‘televisión alternativa’ o de ‘televisión comunitaria’, ya que estas formas tienen origen, actores y prácticas diferentes” (Martínez Hermida, 2008: 74).

Esta investigación parte de la decisión de trabajar con un haz conceptual abierto para la alternatividad, cuyo referente empírico son las propias emisoras y sus formas de nombrarse y construir sus identidades de acuerdo al contexto. De esta manera se limita la ambigüedad conceptual sin cristalizar el fenómeno, pero trazando un parteaguas claro para ubicar las experiencias analizadas en un escenario teórico común. Utilizar los términos comunicación alternativa, popular, comunitaria de manera indistinta no clausura el debate acerca de las nociones en juego, a la vez que reconoce que la variedad y la riqueza connotativa de la alternatividad tiene más para aportar que los intentos cerrados de definición, como se viene demostrando en una gran cantidad de artículos y libros dedicados a la temática (Barranquero, 2010; Mata, 2011, Kejval, 2009, 2013 y 2018; Vinelli, 2014, Lizondo, 2015).

La misma decisión toma Larisa Kejval (2009), cuando afirma que

no se distinguirán entre radios comunitarias, alternativas y populares, sino que se tomarán como un conjunto de experiencias cuya diversidad no necesariamente se corresponde con los adjetivos que las radios eligen para nombrarse. Esta decisión responde a la dificultad, ya señalada, para precisar y delimitar los alcances de cada uno de estos conceptos en relación con los otros y, como consecuencia, al hecho de que las mismas experiencias analizadas utilizan indistintamente más de uno de estos calificativos para identificarse a sí mismas. (Kejval, 2009: 11)

Precisamente, las emisoras de televisión analizadas dentro de la muestra revelan un uso genérico de los términos, cuyo orden de enunciación es el que permite inferir las significaciones que cada experiencia pone en juego en el desarrollo de la práctica:

Somos alternativos porque hacemos televisión local, populares porque intentamos estar en los lugares donde la gente consume contenidos que naturalmente no los encuentra en otras televisoras, y comunitarios porque estamos al servicio del televidente, que es nuestra comunidad, en la que vivimos nosotros. (Diego Gusmerini, PAREStv, Luján, Argentina, entrevista 2018)

Giramundo surge en 2009 como un canal de televisión social conformado por vecinos, vecinas, estudiantes, trabajadores y trabajadoras, y diversos colectivos y grupos sociales de la provincia de Mendoza. Desde entonces el canal sigue trabajando para generar un proceso de comprensión y transformación social desde y para los sectores populares, a través de su señal televisiva en la frecuencia 34 de aire. Giramundo TV Comunitaria es un canal de televisión y un espacio de encuentro y participación. La propuesta de esta televisora es hacer una comunicación comunitaria, alternativa y popular, porque considera que la comunicación es un derecho que permite que los sujetos expresen lo que piensan, sienten y viven en cada comunidad. Es una televisora comunitaria con asiento territorial. (Giramundo TV, Mendoza, Argentina, carta de presentación, s/f)

La tele se define como comunitaria, en principio [...] personalmente puedo definir la tele de comunitaria porque así está en su nombre, pero creo que tiene contenidos y maneras de organizarse alternativas y podríamos decir que su programación tiene o tiende a un carácter más popular. (Silvana Iovana, Giramundo TV, entrevista 2018)

Alternativa. Por los contenidos regionales, por la propia agenda y por la grilla [...] [Nos diferenciamos de los medios tradicionales] por compromiso, por no tener fines de lucro, por la visibilización de nuestra comunidad cercana y la difusión de políticas socio-culturales en defensa del patrimonio tangible e intangible. (Jorge Rey, PROA Centro TV Canal 9, Cura Brochero, Córdoba, Argentina, entrevista 2019)

Siempre hemos dicho que tenemos tres pilares en el canal: somos alternativos, comunitarios y populares. Comunitarios porque creemos que la comunidad tiene que hacerse cargo de este instrumento, que lo vemos como un instrumento donde se crean espacios, donde se puedan decir cosas, donde se puedan desarrollar también los pobladores o la comunidad. Por eso somos comunitarios y tiene que haber gente de la comunidad trabajando al interior de este espacio. Alternativos, porque entregamos justamente esa información, esa noticia, ese aviso, lo mismo que estamos dando en este momento: cosas que no están dando en la televisión abierta o cable. Y populares porque también tenemos una propuesta política, no podemos no tener una propuesta política, y eso también nos permite decir que somos un canal comunitario alternativo y popular, que es nuestra herramienta, la trinchera desde la cual estamos combatiendo o haciendo un poco de resistencia a lo que hay hoy día. (Carlos León, Canal 8 Peñalolén, Chile, entrevista 2018)

Comunitario y popular. Nuestro canal es un híbrido de dos modelos: La Victoria (social-político y popular) y Pichilemu (cultural, comunitario y ciudadano), lo cual podemos abarcar en 4 partes: comunitario, contingente (social-político), cultural y social. (Javier Ignacio Romero Tapia, El 3 de Conce, Chile, entrevista 2018)

El uso genérico de los términos alternativo, popular, comunitario permite dar cuenta de los matices dentro de un mismo haz conceptual, sin perder capacidad explicativa y evitando construir definiciones universales que son incapaces de contener un fenómeno complejo como lo es el de la alternatividad. Pero vale la pena insistir: si bien el haz no encierra el fenómeno en una definición taxativa, esta decisión nos permite a la vez trazar un marco capaz de reclamar una zona específica para estos medios dentro de un universo mayor, como el de la comunicación no lucrativa o del tercer sector de la comunicación (de hecho, ninguna de las televisoras estudiadas construye su identidad ni se define apelando a estas categorías).<sup>3</sup> De este modo, experiencias con otra estructura y escala financiera que son prestadoras sin fines de lucro y comparten objetivos de bien común, que muchas veces operan bajo la figura de las fundaciones (por ejemplo, las dependientes de los grandes sindicatos, de empresas vía responsabilidad social empresaria, o de Ongs), quedan afuera de este recorte.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Cabe destacar, además, que los esfuerzos de la investigación académica de construir una definición clara no lograron englobar al fenómeno, sumándose estas propuestas a la larga lista de descriptores previos. Tal es el caso de la definición de “medios ciudadanos” propuesta por Rodríguez, “medios radicales” de Downing, “medios sociales” propuesta por La Vaca y otras. De acuerdo con De Charras, Kejval & Vinelli (2017), “los intentos por delimitar las nociones de medios comunitarios, medios populares y medios alternativos fueron frecuentes. Y no cesaron a lo largo de los años. Muchas veces estos intentos estuvieron relacionados con pertenencias institucionales más que con sustantivas diferencias expresadas en las prácticas. Si bien no fueron vanos, pues alimentaron la reflexión y la búsqueda de identidad de las emisoras, ninguno de los aportes tuvo la suficiente incidencia como para que gran parte de las experiencias se apropiara o se identificara con conceptos claramente delimitados. Más que en el éxito o en el fracaso de la delimitación conceptual, podemos encontrar la explicación de este resultado en el funcionamiento de la lógica de la equivalencia. Esto es, en el modo en que equivalentemente –aunque no igualmente- las emisoras comunitarias, populares y alternativas confrontaron con un sistema de medios de comunicación crecientemente concentrado y se propusieron contribuir, desde su especificidad comunicacional, a procesos de transformación social en pos de sociedades más justas”. (De Charras, Kejval & Vinelli, 2017: 3)

<sup>4</sup> A diferencia de las asociaciones civiles, las fundaciones no tienen asociados sino miembros fundadores, que pueden reservarse por disposición expresa del estatuto la facultad de ocupar cargos en el consejo de administración, o determinar quiénes pueden ocupar esos cargos. Su forma organizativa es vertical: no tiene comisión directiva ni asambleas. El consejo de administración está integrado por un mínimo de tres personas humanas, con todas las facultades necesarias para el cumplimiento del objeto de la fundación, dentro de las condiciones que establezca el estatuto. (Código Civil y Comercial de la Nación. Capítulo III, “Fundaciones”. Ley 26.994)

## *2.2. La comunicación alternativa y sus conceptualizaciones predominantes en el marco de la constitución del campo de la comunicación y la cultura en América Latina*

Antes de avanzar en la definición del haz conceptual desde donde comprendemos el fenómeno de la televisión alternativa, popular, comunitaria, nos detendremos en las formas predominantes en que esta comunicación fue conceptualizada a lo largo de la historia del campo en América Latina, ya que en la tradición latinoamericana referenciamos la propuesta de lectura de lo alternativo. Las primeras indagaciones sistemáticas en torno a la alternatividad acompañaron la emergencia de la disciplina comunicacional en la región, en las décadas de los 60 y 70, y siguieron el pulso de los debates y las polémicas que fueron definiendo los contornos de ese campo en un marco socio histórico atravesado por las luchas emancipadoras y su principal faro, la Revolución Cubana. Los aportes de la teoría de la dependencia, de la teoría de la vanguardia; la teoría crítica de inspiración frankfurtiana, la perspectiva althusseriana y la primera semiología componen el marco teórico predominante de aquellas décadas, construido en torno al paradigma de la dominación.<sup>5</sup>

Si bien los antecedentes desde el punto de vista de las prácticas pueden encontrarse mucho más atrás en el tiempo, por ejemplo en el llamado “pasquinismo sedicioso” que acompañó las luchas de la independencia y en la propia definición de Simón Bolívar acerca de la prensa como artillería del pensamiento,<sup>6</sup> la historización del fenómeno de lo que Barbero llamó “comunicaciones otras” (Barbero: 1980) suele ubicar el surgimiento de las primeras escuelas radiofónicas vinculadas a la iglesia católica y a las radios mineras bolivianas como puntos de partida de las experiencias de alternatividad en la región, dos décadas más tarde del surgimiento de la radio (Fuentes Navarro, 1992; López Vigil, 1997; Mata, 2011).

Estas experiencias iniciáticas componen una matriz concientizadora para la alternatividad, a tono con el contexto y el clima de la época: allí se ubican conceptualmente tanto los procesos de evangelización (que paulatinamente fueron dando lugar, vía Teología de la Liberación y pedagogía freireana, a las radios educativas y luego populares, con la conformación de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica ALER en 1972); como las radios bolivianas, surgidas al calor de nacionalización de las minas de cobre y estaño. O las emisoras entendidas como instrumento o herramienta de la militancia, deudoras del modelo de agit-prop leninista: las radios insurgentes como la Rebelde cubana y después las

---

<sup>5</sup> Para una historización del campo de la comunicación y la cultura en América Latina, ver Fuentes Navarro 1992; Schmucler, 1997; Zarowsky, 2017, Rivera, 1987, entre otros.

<sup>6</sup> Desarrollamos este punto en profundidad en Vinelli, 2014 y Vinelli, 2015: 3 y siguientes.

salvadoreñas; el cine militante, las primeras experiencias televisivas y de prensa gráfica en manos de las organizaciones revolucionarias.<sup>7</sup>

En este período, la comunicación alternativa entendida en relación con la construcción de una alternativa política, como instrumento o apoyatura dentro de un proyecto más amplio de transformación social, emerge en buena parte de los trabajos (Solanas y Getino, 1972; Mattelart 2011 [1979], Graziano, 1980; Esteinou Madrid 1989 [1981], Aguirre, 1989 [1981], entre otros). También en las reflexiones realizadas desde las propias experiencias, donde se destacan los debates que acompañaron los desafíos abiertos por la transición pacífica al socialismo intentada por Salvador Allende y el gobierno de la Unidad Popular en Chile, entre los que se cuenta “el problema de las nuevas formas de gestión de los medios de comunicación en una sociedad democrática y sus responsabilidades culturales” (Marques de Melo, 1984, citado en Fuentes Navarro 1992: 120).

Las décadas de los 60 y 70 estuvieron marcadas por un creciente rechazo hacia la sociología norteamericana, ampliamente difundida en el continente.<sup>8</sup> Las lecturas de la teoría crítica frankfurtiana, la proliferación de obras y análisis anclados en la teoría de la dependencia y la “llegada” del estructuralismo y la primera semiología aportaron nuevas perspectivas que permitieron contestar al funcionalismo hegemónico. Frente al estudio de los efectos para el control de las actitudes, este marco teórico llevó a centrar la atención del investigador en la denuncia de la propiedad de los medios (la identificación social del emisor, la economía política de la comunicación), y proporcionó las herramientas iniciales para abordar la crítica ideológica de los mensajes; es decir, el análisis del proceso por el cual las prácticas ideológicas dominantes se hacen aparecer como naturales y no como histórica y culturalmente situadas (y por lo tanto

---

<sup>7</sup> “Hubo un tiempo inaugural de esas prácticas en América Latina, en que el pueblo fue nominado como ‘los sin voz’. Desde algunas perspectivas, sin voz se asociaba a alienación; a imposibilidad de reconocer el extrañamiento que el sistema de explotación capitalista producía tanto respecto del fruto del trabajo apropiado como de los valores, de las y tradiciones de los grupos excluidos del poder –indígenas, campesinos, obreros-. [...] Resuenan en esa concepción los pronunciamientos de la iglesia católica latinoamericana en la conferencia episcopal realizada en Medellín en 1968, el posterior pensamiento y la práctica de los teólogos de la liberación, de las comunidades cristianas de base, de sacerdotes, pastores y laicos de diferentes iglesias que hicieron de la educación y la comunicación popular una dimensión indisoluble de su compromiso evangélico. Y resuenan también las enseñanzas del primer Paulo Freire y su educación liberadora”. (Mata, 2011: 3)

<sup>8</sup> Escribe Jorge Rivera: “Hacia mediados de la década del ’60 el modelo de la sociología norteamericana tocaba uno de sus puntos de crisis: la apoteosis del ‘rigor metodológico’ y de la sofisticación académica puestas muchas veces al servicio de la trivialidad e inclusive de la ambigüedad conclusiva [...] Se marcaba cada vez con mayor insistencia, asimismo, el inocultable compromiso entre las ciencias sociales y los centros de poder del orden establecido”. (Rivera, 1987: 34 y siguientes).

arbitrarias).<sup>9</sup> Nociones como imperialismo cultural e invasión cultural; conceptos como dominación, ideología, alienación y manipulación configuraban el campo semántico de las producciones de la época, en tanto explicaban el funcionamiento de las transnacionales de la comunicación como instrumentos de sometimiento y naturalización de las ideas y valores, en fin, de la concepción de la vida del imperialismo norteamericano.

En los 80, en el marco de la institucionalización de la disciplina comunicacional, la investigación y la reflexión académicas se desplazan del paradigma de la dominación al paradigma de la hegemonía, y del análisis de los medios al análisis de las mediaciones, cuyo “mapa nocturno” –siguiendo la metáfora de Jesús Martín Barbero (1987)-, desprovisto ahora de las “certezas” de las décadas anteriores, había que encontrarlo en las reflexiones que revalorizaban la democracia y la teoría de los movimientos sociales; en Walter Benjamin leído en contraposición a Adorno y Horkheimer (Barbero, 1987);<sup>10</sup> los estudios culturales ingleses (en especial los trabajos de Raymond Williams y Richard Hoggart); Michel Foucault sobre la microfísica del poder (1980), los planteos de Michel De Certeau sobre la táctica del débil (1996 [1980]) y, fundamentalmente, las relecturas de Antonio Gramsci acerca de la hegemonía leída en clave de consenso como negociación,<sup>11</sup> en el contexto de la transición democrática (Sunkel, 1986; Barbero, 1987; García Canclini, 1988; Mattelart & Mattelart, 1988).

Este desplazamiento también tuvo consecuencias para la alternatividad, que volvió la mirada sobre la noción comunidad, y a su vez con la definición de la cultura popular como tema nuevo, con la multiplicación de los conflictos más allá del terreno de la producción y con las prácticas que desde la cotidianidad y la lucha por la identidad resultan en un discurso de resistencia. La derrota de la utopía revolucionaria de los 70 y las transiciones democráticas

---

<sup>9</sup> Dos obras clave guiaron buena parte de las investigaciones: *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*, de Louis Althusser, y *Mitologías*, de Ronald Barthes. Justamente, Barthes afirma en su prólogo a la edición de 1970 la necesidad de “dar cuenta *en detalle* de la mistificación que transforma la cultura pequeño-burguesa en naturaleza universal”.

<sup>10</sup> Para una crítica del “ajuste de cuentas” realizado por Barbero entre Benjamin y Adorno y Horkheimer, ver Duquelsky, 2008.

<sup>11</sup> Barbero (1987) escribe: “Está, en primer lugar, el concepto de *hegemonía* elaborado por Gramsci, haciendo posible pensar el proceso de dominación social ya no como imposición desde un *exterior* y sin *sujetos* sino como un proceso en el que una clase hegemoniza en la medida en que representa intereses que también reconocen de alguna manera como suyos las clases subalternas. Y ‘en la medida’ significa aquí que no hay hegemonía, sino que ella se hace y deshace, se rehace permanentemente en un ‘proceso vivido’, hecho no sólo de fuerza sino también de sentido, de apropiación del sentido por el poder, de seducción y de complicidad” (pp. 84-85). Y más adelante: “En todo caso mirar lo popular desde la óptica gramsciana resulta todo lo contrario del facilismo maniqueo que critica García Canclini. Si algo nos ha enseñado es a prestar atención a la *trama*: que no toda asunción de lo hegemónico por lo subalterno es signo de sumisión como el mero rechazo no lo es de resistencia, y que no todo lo que viene ‘de arriba’ son valores de la clase dominante, pues hay cosas que viniendo de allá responden a otras lógicas que no son las de la dominación” (pp. 86-87).

luego de las terribles dictaduras que asolaron la región (en especial los países de América del Sur), ubicaron la alternatividad como punto de encuentro para quienes habían visto diluirse la cuestión del poder. Se la asoció al trabajo territorial y a la expresividad popular, haciendo énfasis, como señalamos recién, en la dimensión comunitaria: el barrio, sus intercambios, las ferias, las fiestas populares como afirmación cultural y construcción de sentidos. Más que medios, procesos (Barbero, 1987). Más que intervenciones macro, como las derivadas de los debates y propuestas en torno a las políticas nacionales de comunicación, construcciones micro. Resistencias. Ya volveremos sobre esto.

En el marco del debilitamiento de los grandes relatos, los balances que se sucedieron pusieron el énfasis en la superación de las ortodoxias, dando cuenta de la crisis del discurso marxista acerca de lo popular, en términos de Guillermo Sunkel (1986). El fenómeno de las radios FM que estalló en la Argentina tras los años de la dictadura, que antecedió el surgimiento de las televisoras,<sup>12</sup> puede leerse desde esta perspectiva, centrada en la conceptualización del medio como lugar de encuentro y participación comunitaria o, como plantea Kejval (2018), como constructor de comunidad y reconstructor del tejido social resquebrajado (p. 63). Si bien ya con anterioridad lo comunitario permitía pensar las experiencias de comunicación en manos de las clases y grupos populares (por ejemplo, las citadas radios mineras bolivianas podían conceptualizarse en el diálogo entre el desarrollo comunitario y la intervención política y sindical, siempre desde una perspectiva totalizadora), lo que se va imponiendo a partir de los 80 es un análisis micro, de proximidad, una noción de comunicación desde los márgenes que desborda la conceptualización previa, entendida como “mediacéntrica”.

Esta tendencia se profundiza en la década del 90 y deriva, de acuerdo con Mangone (2005), en una práctica más *performativa* y en la pérdida de la centralidad del concepto de clase, en un contexto marcado por la caída del muro de Berlín y el “fin de las ideologías”. Se trata de una etapa de profesionalización del campo, que proyecta la figura de un intelectual como experto o especialista, en un contexto de hegemonía del capitalismo financiero. Mercado, ciudadanía, identidad, globalización, mundialización y el consumo entendido como proceso sociocultural componen las palabras clave que organizan los saberes en los años de neoliberalismo, en una suerte de “acomodamiento” al signo de los tiempos (Schmucler, 1997: 153 y siguientes).<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Desarrollamos en profundidad este punto, en el marco de una historia social de la televisión alternativa en Argentina, en Vinelli, 2014.

<sup>13</sup> “Cuando se observa el mapa actual de las investigaciones sobre comunicación en América Latina y se lo compara con el inventario ofrecido hace apenas siete años (para no mencionar lo que acontecía hace veinte), es

La desigualdad (económica, política) que implica clases sociales en pugna deja paso a una conceptualización de la comunicación alternativa sostenida en la diferencia cultural, destacando la dimensión comunicacional de la práctica por sobre la política: “La comunicación, entonces, quiere ser más comunicación que alternativa” (Mangone, 2005: 197). En este pasaje, la noción de alteratividad en lugar de alternatividad (una noción que había sido previamente trabajada) adquirió un nuevo significado. “Su vocación no es la marginalidad sino la alteración, el cambio, la transformación de las relaciones de poder en el dominio de las culturas”, señala Rafael Roncagliolo en el Congreso de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) realizado en México en 1992.<sup>14</sup>

Las conceptualizaciones predominantes en estos años destacan una preocupación por la construcción de ciudadanía y respeto a las identidades en el marco del diálogo, en un contrapunto con lo que se define como las visiones “maniqueas” u ortodoxas del pasado, en referencia a las perspectivas totalizadoras, y a una lectura crítica del proceso de movilización de los 60 y 70: “El único objetivo era que la gente se organizara. La gente se organizó y no resolvió tampoco sus problemas, porque no es sólo con organizar una cooperativa o un sindicato que se resuelven los problemas” (López Vigil, 1997: 87). En esta vocación de utilidad la comunicación alterativa aparece como mediadora social y como espacio de construcción de ciudadanía, haciendo énfasis en el problema de las audiencias:

No tenemos vocación de perdedores. Queremos tener éxito en nuestro trabajo. Sí, éxito. Queremos aparecer en los ratings disputando los primeros lugares de audiencia. ¿Ganar audiencia es el objetivo? No, pero sin audiencia - sin mucha audiencia - no podemos lograr nuestro objetivo. ¿Que el rating no es la última palabra? Por supuesto que no. Pero sí la penúltima. Porque en radio, si no te escuchan, no existes. ¿En nombre de quién hablas, a quién representas? En la cultura masiva, el éxito no es el criterio de la verdad, pero sí su condición [...] Masividad de los receptores: hablar y hacer hablar a todos, los organizados y los despelotados. Y si a algún público debemos preferenciar en estos tiempos del cólera, si algún sector merece una especial atención, que sean los eternos marginados, los olvidados de siempre, tanto por las Iglesias como por las izquierdas. Me refiero a los discriminados por género, raza y especie. Por género: las mujeres. Por raza: los pueblos nativos. Por especie: la naturaleza, los animales y plantas en extinción, el

---

difícil evitar la sensación de que un desanimado viento de obvedad y resignado conformismo recorre el continente. Mi percepción de los hechos tal vez parezca exagerada porque las excepciones son numerosas. Pero no dejan de ser excepciones.” (Schmucler, 1997: 153)

<sup>14</sup> Para Carlos Rodríguez Esperón y Sandra Crespi, la distancia entre “un modelo de comunicación alternativa” y otro de “comunicación alterativa [...] es la misma que existe entre destruir y alterar. Si bien la utopía revolucionaria, presente aún en el deseo pero ya no en la praxis, impulsa algunas prácticas alterativas, las mismas se desarrollan en forma aislada o confluyen en redes siempre acotadas a un campo específico de intervención”. (Rodríguez Esperón y Crespi, 1994: 104)

planeta Gaia amenazado ya no por un botón nuclear, sino por las chimeneas de las fábricas y los tubos de escape de los automóviles. Las problemáticas feminista, indigenista y ecológica cobran una importancia decisiva para cualquier analista social. Y para cualquier comunicador con buen olfato. (López Vigil, 1993, citado en Mata, 2011: 6)

En este período la alternatividad –que pese a sus aportes siempre había sufrido de una subestimación académica- va perdiendo estatuto en la investigación sobre comunicación en América Latina. Casi no se financian investigaciones ni se convocan jornadas o congresos específicos para la temática, y los intereses de la academia dentro del campo de la comunicación y la cultura se vuelcan de manera hegemónica al estudio de los consumos culturales y de la juventud.<sup>15</sup> Los trabajos publicados, pocos en comparación a los editados durante la década anterior y sobre todo si se tiene en cuenta la cantidad de medios y proyectos puestos a funcionar, responden a las asociaciones regionales que nuclean a las radios (ALER y AMARC) y a las intelectuales y los intelectuales comprometidos con las mismas, que comienzan a darse una tarea enorme de incidencia en el terreno internacional. Con el tiempo, fructificarán en los cambios regulatorios con el reconocimiento, en diferentes grados, de los medios alternativos, populares y comunitarios como actores y prestadores de comunicación.

Las producciones en esta década se vuelcan mayormente hacia conceptualizaciones centradas en las ideas de pluralidad, resistencia al neoliberalismo y democratización (siguiendo con la idea de democratizar la comunicación para democratizar las sociedades central en los 80, de acuerdo con Kejval, 2018: 101-102), dejando en segundo plano la confrontación para la obtención de reivindicaciones sociales o políticas, en una suerte de “desideologización” de la alternatividad y su relectura en el marco de un tercer sector que, en el contexto del retroceso del Estado, debe cumplir funciones que históricamente le correspondieron a éste (por ejemplo, en los planteos ya citados de López Vigil, 1997).

Según Adrián Pulleiro (2012), las líneas de acción predominantes o “modos de hacer” comunicación alternativa según los diferentes momentos que atravesó el campo comunicacional latinoamericano, dan cuenta

de un entramado de prácticas, instituciones y formaciones que constituyen un ámbito de producción cultural dinámico en donde es posible diferenciar modelos y tradiciones con puntos de contacto más o menos significativos, pero que a la vez representan posiciones

---

<sup>15</sup> De acuerdo con Lamas & Rodríguez Esperón, “en los últimos encuentros y congresos de investigadores y/o profesionales del campo de la comunicación, se destaca llamativamente la eliminación de los temas y problemáticas referidas a la comunicación alternativa”. (Rodríguez Esperón & Lamas, 1995: 141). Ver también Mata, 2011.

ideológicas distintas. Por lo tanto, se trata de un espacio social atravesado por tensiones y disputas, cuya resolución (y la manera de resolverse) determina cuáles son las tendencias predominantes en cada momento histórico, es decir qué “modos” de hacer comunicación alternativa se imponen como modelo en una etapa determinada. (Pulleiro, 2012: 28)

En sintonía con este planteo, podemos sostener que las tendencias de investigación fueron desde la matriz concientizadora predominante en las décadas de los 60 y 70 –ya sea a través de la educación (para la salud, para el desarrollo, para la liberación) como desde la crítica ideológica (denuncia del imperialismo cultural, crítica ideológica de los mensajes, intervención política, etc.); hasta una conceptualización de lo alternativo centrada en la participación comunitaria en los 80 (la fundación de AMARC, por ejemplo, es de 1983). Y desde este enfoque, enmarcado en los debates sobre la cultura popular y la teoría de los movimientos sociales, hacia una preocupación mayoritaria por las formas, los formatos, las estéticas y la profesionalidad en los 90, en respuesta a la urgencia por superar el cerco de los “convencidos” y “competir” para alcanzar mayores audiencias.<sup>16</sup>

Todos estos puntos de vista, aún en las tensiones generadas a través del tiempo y en función de los diferentes contextos, contribuyen a remarcar una tradición específica de la comunicación popular en América Latina. La identidad propia de la reflexión se evidencia en las polémicas que se desprenden de los desplazamientos desarrollados hasta acá, y en cómo estos resurgen en las últimas dos décadas del siglo XXI. María Cristina Mata lo plantea de manera similar en el artículo “Comunicación Popular: continuidades, transformaciones y desafíos” (2011), a partir de una lectura centrada en los debates político culturales que la comunicación alternativa ha venido suscitando a lo largo de las décadas, que hablan de una “experiencia acumulada” desde donde abreviar en momentos en que “la problemática de la comunicación popular vuelve a plantearse con un interés e insistencia que había perdido en los últimos tiempos” (Mata, 2011: 1).

En este sentido, debemos destacar que las tradiciones teóricas y políticas desde las que se leyó y se lee la comunicación alternativa en el momento actual tienen una relación de ida y vuelta con las reflexiones y las situaciones de las propias experiencias, con su crecimiento y

---

<sup>16</sup> Lamas y Lewin (1995: 86) lo explican de la siguiente manera: “Esto obliga a ser eficaces y exitosos. Ser exitosos y creativos en la gestión comercial de una radio o programa y también en la programación de la emisora o en los formatos y contenidos. Esto implica cumplir con las reglas de eficacia del medio radial: sonar como una radio, no como un megáfono, hacer programas que respeten lo básico de los formatos que la audiencia –a la que queremos llegar- ya reconoce como habituales, no predicar verdades previamente digeridas. Construir un nuevo tipo de audiencia, hacer que crezca en número y en participación”.

multiplicación geográfica. Al tratarse de experiencias sociales, los cambios en los contextos fueron modelando y reorientando las prácticas, la definición de sus tareas y los modos de entenderlas:

La inserción y organicidad de esas prácticas fue la razón por la cual éstas no escaparon de las graves crisis que experimentaron organizaciones sociales y movimientos populares a partir de derrotas políticas, de las consiguientes discusiones y revisiones que ellas suscitaron y de la instalación del modelo neoliberal que desde la economía impuso su matriz a nivel político y cultural. (Mata, 2011: 9)

Es decir que más allá de la imprecisión conceptual referida en el apartado anterior, los diferentes “modos de hacer” y la proliferación de adjetivaciones por momentos “alarmante” (recordemos que Regina Festa, citada en Fuentes Navarro, 1992: 169, ya recogía 33 denominaciones diferentes para referirse al fenómeno), la comunicación alternativa y popular en América Latina tiene antecedentes que también permiten vislumbrar consensos y regularidades que se mantienen a través del tiempo y de las diferentes perspectivas, y que hacen de ésta una zona teórico práctica dentro de las ciencias de la comunicación. Esto pese a haber sido relegada en la investigación académica, como ya señalamos, por considerarse “secundaria” o una suerte de “pariente pobre” en las “carreras de periodismo de casi todo el mundo” (Gumucio Dagrón, 2004: 13).<sup>17</sup>

### *2.3. La revitalización de la alternatividad: activismo, políticas públicas y profesionalización de las prácticas*

La revitalización del interés en la temática producida en los últimos 15 años con la publicación tesis de grado y posgrado, congresos, encuentros, proyectos de investigación financiados, publicación de libros y artículos en revistas indexadas (y dentro de estos, los trabajos específicos enfocados en la televisión alternativa, popular, comunitaria en distintos países de Latinoamérica)<sup>18</sup> permiten ubicar algunos hitos que fueron forjando de a poco la renovación

---

<sup>17</sup> En el mismo sentido, Sáez Baeza (2008) sostiene que existe “una invisibilización de la comunicación alternativa [...] al menos en tres dimensiones: dentro de la historia social de la comunicación de masas, dentro del sistema de medios y dentro de las teorías de la comunicación; es decir, como fenómeno histórico, como fenómeno comunicacional y como fenómeno teórico”. (Baeza, 2008: 46 y siguientes)

<sup>18</sup> Entre otros trabajos específicos sobre televisión alternativa, popular, comunitaria: Gumucio Dagrón, 2003; Téllez Garzón, 2005; Deronne, 2008; Vinelli, 2012 y 2014; Sáez Baeza, 2008 y 2014; Morales & Uribe, 2011; Krohling Peruzzo, 2012; Lloreda, 2012; Forero Parga, 2012; Mujica, 2012 y 2015; Segura, 2013; Nunes de Souza, 2018.

del paradigma de la alternatividad: el levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional en 1994 y su novedosa estrategia comunicacional como punto de partida; las herramientas comunicativas puestas en juego por el activismo del movimiento antiglobalización –sobre todo a partir de “la batalla de Seattle” en 1999-, y el lugar ocupado por la problemática de la comunicación en relación con los movimientos sociales en las ediciones del Foro Social Mundial, sumado al abaratamiento de las tecnologías de la información y la comunicación (Sáez Baeza, 2008: 63-64).

Los 2000 trajeron aparejados nuevos problemas, y la reedición de parte de los viejos. Los escenarios legal y tecnológico atravesaron modificaciones sustanciales, imprimiendo desafíos novedosos en algunos casos –y no tanto en otros-, a este universo de medios de comunicación. Los estándares internacionales en materia de libertad de expresión destacaron en declaraciones y recomendaciones la importancia de los medios alternativos y comunitarios, y promovieron la diversidad de actores (CIDH, 2003, 2009 y 2014). Esto favoreció –dos décadas después del informe MacBride- el reconocimiento normativo-legal de las emisoras de radio y televisión comunitarias en las legislaciones de Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, México, Honduras, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, aunque su estatuto varía de una norma a otra y en algunos casos la regulación sigue siendo restrictiva o deficientemente aplicada, afectando su sostenibilidad.

Redes, experiencias y espacios de investigación suelen ubicar dos momentos clave que revitalizaron el campo teórico y práctico de la comunicación alternativa con el cambio de milenio, y que reorganizaron su agenda de intervención. Estos momentos coinciden con el inicio de las dos décadas de este siglo. El primero se expresa en la coronación de las luchas contra la hegemonía neoliberal, con énfasis en las jornadas de diciembre de 2001 en Argentina y en la resistencia al intento de golpe de Estado en Venezuela en 2002. El segundo tiene como punto de partida los debates que prologaron la sanción de normas de carácter democratizador en la región.

En la Argentina, la crisis de representatividad política de 2001 abonó el terreno para la influencia de las corrientes autonomistas –de larga data en Europa-, que cuestionaron la idea de poder y de “delegación”, y las formas tradicionales de organización de la clase trabajadora y el pueblo, como los partidos y los sindicatos, desechados por ser parte de “lo viejo” (Negri, Holloway & otros, 2002; Hagman & Bosia 2017). Estas perspectivas tuvieron un fuerte impulso previo con los ecos del nombrado levantamiento zapatista en Chiapas, con la utilización pionera de una estrategia de comunicación basada en las redes, rizomática y de tono expresivo / performativo, haciendo de los márgenes el eje de la construcción política comunicativa.

Pero estas corrientes convivieron con otras: las clásicas de la izquierda y otras que progresivamente se nutrieron de las propuestas de la Revolución Bolivariana en Venezuela y de las nociones de poder popular, que recuperaron la tradición del nacionalismo y la Revolución Cubana, y permitieron conectar con los progresismos de la región leyendo la historia de las décadas pasadas (Hagman & Bosia, 2017). La conflictividad social y el cuestionamiento del papel de los medios de comunicación sobre la subjetividad alimentaron la creación de medios populares; las redes profundizaron las propuestas de incidencia y se generaron nuevos intercambios y préstamos conceptuales entre militantes y activistas latinoamericanos, estadounidenses y europeos. Estos últimos venían experimentando con tecnologías digitales que en América Latina todavía eran incipientes, y se habían acercado a conocer de primera mano el fenómeno de las organizaciones piqueteras, las fábricas recuperadas y las asambleas populares argentinas, o las luchas estudiantiles chilenas: el “mochilazo” en 2001 y el “movimiento pingüino” en 2006.

En 1997 se funda en Santiago de Chile, en la emblemática población La Victoria, la pionera Señal 3. Le siguen Pichimelu TV, fundada en 2004 en ese balneario de la sexta región de Chile y Umbrales TV en 2006, en la población de Villa Francia, en Santiago, aunque este canal cesó en sus transmisiones pocos años después. En 1999 se crea el primer Indymedia Center durante las protestas realizadas en Seattle contra la cumbre de la OMC; en la Argentina, este sitio que permitía la publicación abierta antes de la existencia de las redes sociales se abrió en Buenos Aires en 2001 y luego en La Plata, Córdoba y Rosario. La rebelión del 19 y 20 de diciembre alumbró a toda una generación de videastas, periodistas populares y colectivos de fotografía que confluyeron en la asamblea Argentina Arde y en ADOC (hoy DOCA, Documentaristas de Argentina). Servidores solidarios como *Austistici Inventati* (Italia) y *Nodo50* (España) comenzaron a alojar algunos portales de organizaciones sociales, transfiriendo conocimientos sobre el uso de las plataformas web y preparando los primeros pasos para el uso del *streaming*, o transmisión en vivo a través de Internet.

Los medios alternativos que se multiplicaron en esos primeros años de los 2000 en Argentina tuvieron en común un reconocimiento de sí mismos como espacios de organización político cultural. La movilización popular, el reclamo de hacerse ver y escuchar y las expresiones de la conflictividad social, sumadas al debate sobre el tratamiento mediático de la protesta social también abonaron el terreno para la reemergencia de la temática. En Chile, los estudiantes de la “Revolución Pingüina” supieron experimentar con las tecnologías de la información y la comunicación, utilizando especialmente los *fotologs* de los liceos. Contrainformación, intervención política, poder popular, mediactivismo, ciudadanía

comunicativa, proyectos político comunicacionales son algunas de las palabras clave que hacen a la paleta de matices con que la comunicación alternativa se desarrolló durante la primera década del siglo.

Las experiencias alternativas venezolanas rápidamente se constituyeron en un faro, particularmente en el caso de la televisión, con la participación destacada del canal Catia TV en la denuncia y enfrentamiento al golpe de Estado contra Hugo Chávez en 2002. Un año después, la tercera edición del FSM realizado en Porto Alegre ya ubicaba la comunicación, la cultura y las nuevas tecnologías como temas estratégicos. Durante el cuarto encuentro, realizado en Bombay, se da un paso más y se utiliza software libre como soporte de todo el evento. En el Foro de 2005, Hugo Chávez habló por primera vez en público del “Socialismo del Siglo XXI”. Desde la primera edición de este encuentro, Internet se utilizó como una herramienta de comunicación entre los colectivos y las organizaciones.

El segundo momento que revitalizó el campo de la alternatividad puede leerse como una consecuencia del primero: ambos están vinculados con el ciclo progresista (como punto de partida o como marco), y por los avances tecnológicos que impactaron en las formas organizativas del movimiento social, y que ayudaron a integrar la comunicación en sus plataformas programáticas. Este segundo período, organizado en torno a los cambios regulatorios en materia de comunicación en la región, es producto de una pelea de largo aliento en foros nacionales e internacionales por la democratización y contra la concentración de la propiedad de los medios, iniciando con Venezuela (ley Orgánica de Telecomunicaciones de 2000, decreto nro. 1521 de 2001 y ley RESORTE de 2004, modificada en 2010); Perú (ley 28.278 de 2004), y Uruguay (ley 18.232 de Servicios de Radiodifusión Comunitaria, 2007, y ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2014), a las que siguen Argentina (ley 26.522 de 2009), Colombia (2009), Bolivia (2011), Ecuador (2013), México (reforma constitucional de 2013 y aprobación en 2014 de la ley Federal de Telecomunicaciones), Chile (2014) y El Salvador (reforma de 2016 a la ley de Telecomunicaciones).

En Argentina, el debate y posterior sanción de la ley audiovisual en 2009 facilitó una profunda discusión social acerca del papel de las corporaciones mediáticas, y promovió la articulación entre comunicación alternativa y economía política de la comunicación, tema sobre el que volveremos enseguida. Se trata de un período durante el cual la comunicación desbordó el espacio de los y las especialistas y adquirió estatuto de debate de masas. La alternatividad fue revisitada –como respuesta a la concentración, como vehículo de expresión, como pluralidad de voces- y comenzó a adquirir protagonismo de la mano de la búsqueda de

incidencia en la definición de políticas públicas, y del trabajo de largo plazo de las redes regionales y nacionales (Segura, 2018).

En 2004 intelectuales, organizaciones sociales, sindicales y políticas, trabajadores de prensa y medios comunitarios argentinos conformaron la Coalición por una Radiodifusión Democrática, y dieron a conocer los “21 puntos básicos por el derecho a la comunicación”, que más tarde sirvieron de inspiración para la elaboración de la ley 26.522. Con la convicción de que “si unos pocos controlan la información no es posible la democracia”, y llamando a adoptar “políticas efectivas para evitar la concentración de la propiedad de los medios de comunicación” (21 puntos básicos, artículo 6), en el texto ya se planteaba la reserva del 33 por ciento del espectro para los medios sin fines de lucro y se reconocía a los “medios comunitarios de organizaciones de la sociedad civil” (artículo 11) como prestador diferenciado del Estado y del mercado.

Este escenario fue paulatinamente abordado por la academia, tanto desde la investigación como desde la participación en la elaboración de las normas, en el diseño de las estrategias de las redes y/o en el impulso de medios de comunicación comunitarios. Esto permitió que maduraran los debates acerca de la democratización de la comunicación, que habían estado presentes en el momento fundacional del campo comunicacional latinoamericano y que ahora retornaban como deuda pendiente desde las transiciones democráticas.

La segunda década del siglo abre prologada por el debate legislativo pero sobre todo social en torno a la ley audiovisual argentina, potenciando –como señalamos más arriba- el diálogo entre la alternatividad y la economía política de la comunicación. En Chile, hubo que esperar hasta 2014 para que la ley 20.750 de introducción de la televisión digital se aprobara, pero desde su presentación en el parlamento chileno en 2008 motivó discusiones técnicas, académicas y políticas (Sáez Baeza, 2014 y 2015). Así se viene extendiendo toda una zona de estudios sobre las políticas públicas vinculadas o destinadas al sector, las “barreras invisibles” para el ingreso de los actores no lucrativos al sistema de medios y la sostenibilidad de las experiencias. Esta articulación entre economía política, derecho y alternatividad –revisitada respecto a los años del NOMIC-; tecnologías, movimientos sociales y sociología de la cultura, va dibujando los nuevos contornos del campo.

Desde el punto de vista de los trayectos académicos, la segunda década del siglo muestra la multiplicación de orientaciones, especializaciones y tecnicaturas en comunicación popular y comunitaria, tanto dependientes de universidades como de institutos terciarios. Programas de posgrado incluyeron la temática, sobre todo en relación al desarrollo de políticas públicas orientadas al respeto de los estándares internacionales en materia de derecho a la comunicación

y la información. Redes y equipos de investigación interuniversitarios profundizaron líneas de trabajo en torno a las audiencias de los medios comunitarios y su sostenibilidad; se defendieron tesis de maestría y doctorado y se publicaron nuevos libros y artículos en dossiers de contenidos dedicados con miradas a veces sintetizadoras, a veces novedosas, acerca de los problemas de la alternatividad.<sup>19</sup>

Desde el punto de vista de las experiencias, la pelea por la legalización y el fomento dio como resultado un escenario ambivalente, débil en términos de licencias pero fortalecido en relación a la capitalización y profesionalización de las emisoras, y consecuentemente a la calidad de sus contenidos. La aplicación de la ley audiovisual en la Argentina estuvo lejos de cumplir con la promesa de poblar con nuevas voces el 33 por ciento del espectro; en Chile recién se entregaron las primeras concesiones en televisión digital comunitaria, y en Ecuador los concursos fueron anulados, por tomar algunos ejemplos.

Sin embargo, las políticas de fomento lanzaron a las emisoras a soñar con otras escalas posibles. Sin ellas, la migración de la tecnología analógica a la alta definición hubiese sido difícilmente transitable, como lo demuestran los casos argentino y venezolano –aun con todas sus debilidades- en comparación con otros países, como Chile, donde el fomento específico para el sector comunitario de la comunicación es menor (nos detenemos en esto en los capítulos 4.3. y 5.3, y en el capítulo 6). Como veremos más adelante, los altos costos de la tecnología digital, tanto para el registro pero sobre todo para la transmisión, sumado a la escasa cantidad de proveedores con sede en la región y al desconocimiento general acerca de su funcionamiento, hacen de las políticas públicas una conquista fundamental del movimiento social para que sus canales y radios puedan transitar la reconversión con relativo éxito.

Es decir, el fomento puede ser crecimiento cuando hay una base social movilizadora, capaz de sostener a fuerza de inserción y profesionalización sus propios medios de comunicación. La sostenibilidad no es únicamente económica, aunque ésta es una de las dimensiones más complicadas. El apoyo de las organizaciones, los objetivos de las emisoras,

---

<sup>19</sup> Para citar algunos equipos, podemos citar el conformado por la tecnicatura en Comunicación Popular de la Universidad Nacional de Quilmes, dirigida por Claudia Villamayor, en conjunto con FARCO, Idelcoop y la Secretaría de Políticas Universitarias, sobre radios cooperativas y comunitarias; la conformación de la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP); el proyecto de investigación CONICET Defensoría del Público dirigido por Segura medios comunitarios y ley audiovisual; y los proyectos “Espacios públicos subalternos y la emergencia de un país ausente: experiencias mediáticas y expresiones simbólicas de los movimientos sociales en Chile (1810- 2010)”, financiado por la Universidad de Chile, y el proyecto Fondecyt “Hacia una sociología de la cultura popular ausente. Corporalidad, representación y mediatización de ‘lo popular reprimido’ y ‘lo popular no representado’ en Santiago de Chile (1810-1925)”, dirigidos por Chiara Sáez Baeza.

sus historias, la relación con proyectos más amplios, la socialización de los saberes, la transferencia tecnológica entre los medios y la articulación en redes (de medios, con universidades e instituciones) siguen siendo claves, como en décadas anteriores, tanto para el mantenimiento de los medios como para conquistar nuevas demandas, como la promulgación de leyes que democratizen y transparenten la pauta oficial, y también privada.

Las emisoras alternativas, populares, comunitarias hoy son un actor reconocido, aun cuando el 33 por ciento reservado al sector estuvo lejos de poblarse, la ley audiovisual fue parcialmente aplicada y el contexto desde fines de 2015 en Argentina es de regresión en materia de derechos, y dentro de estos, del derecho a la comunicación. También es difícil el contexto chileno, que atravesó seis años de debate parlamentario y dos gobiernos de distinto signo antes de la sanción de la ley 20.750, y casi no tuvo en cuenta las voces comunitarias (Sáez Baeza, 2014 y 2015). La legalización es una demanda permanente; el sector será más fuerte cuantos más canales y más radios logren arrancar esta deuda al Estado, cuando logren superar –aun en desigualdad de condiciones- las barreras de entrada para producir más y mejor, para encontrarse y ampliar audiencias, es decir, para disputar sentido. Porque la producción no puede escindirse de la circulación y el encuentro con el público: la construcción de contrahegemonía –aún en sus flujos y reflujos-, es de masas o no es. De otro modo la práctica es ahogada, aislada en lo micro o marginalizada.

#### *2.4. Regularidades y consensos alcanzados: enfoque de la comunicación alternativa, popular, comunitaria*

La alternatividad no puede ser conceptualizada como un “a priori” a la experiencia. El concepto se realiza en la práctica, fuera de ella no significa nada “y tal vez en esto radique, como mal entendido, cierto prejuicio anti intelectualista que existe entre aquellos volcados cien por ciento al desarrollo de las experiencias” (Rodríguez Esperón & Vinelli, 2004: 25). Además, lo social no es mecánico ni lineal: la apuesta teórica en estas páginas no es la elaboración de una definición estanca acerca de lo alternativo como punto de llegada, sino brindar un cauce conceptual que permita entender las particularidades de estos medios de comunicación sin cercenar sus ecos connotativos. Para esto trabajaremos sobre regularidades y consensos capaces de abrirse a la complejidad de lo social. Estamos ante procesos de acción y reflexión, praxis: acción reflexionada y reflexión actuada. Por eso las indagaciones siempre tienen como referencia experiencias concretas, cuando no surgen directamente de su impulso, y su carácter

es siempre provisional, impuro y dinámico. Es decir, nos vamos a referir a la comunicación alternativa como proceso y no como valor.

Para Carlos Mangone, “la comunicación alternativa nació por las desigualdades; entre flujos informativos, entre posibilidades de expresión, entre ideologías en pugna, por los derechos de los sujetos sociales censurados” (Mangone, 2005: 195). El autor destaca las maneras de reflexionar y actuar la alternatividad teniendo en cuenta los desplazamientos teóricos que acompañaron la transición democrática, en particular el que va de la centralidad de concepto de clase social al de diferencia cultural, que cuestiona. Diferencia entre vanguardia y vanguardismo para situar su punto de vista<sup>20</sup> y se pregunta por la tarea de la alternatividad en la actualidad, definida por un carácter relacional y contextual. Una labor “que suture y no fragmente, que articule y no absolutice, que vuelva al plano de lo social y de la lucha por la igualdad y que ponga en cuestión los fundamentos de la barbarie capitalista actual” (Mangone, 2005: 202) es su propuesta.

Este enfoque sigue la línea argumental de Margarita Graziano (1980), cuya conceptualización hace referencia a una estrategia totalizadora donde la expresión “comunicación alternativa” es reservada para designar “aquellas relaciones dialógicas de transmisión de imágenes y signos que estén insertas en una praxis transformadora de la estructura social en tanto totalidad”. La comprensión de lo alternativo se basa en la articulación de dos dimensiones, una comunicacional y otra política, relacionada a su vez con el contexto histórico social en el cual la práctica se inserta. En el plano comunicacional y teniendo en cuenta “las relaciones que rigen la transmisión del sentido”, esto se traduce en la inversión de la relación emisor / receptor (es decir, la posibilidad de respuesta frente al monopolio de la palabra); mientras que en el plano político y en el marco de la contradicción entre los polos de reproducción y transformación, la propuesta se ubica en el segundo polo.

De este modo lo alternativo “se levanta frente a otra concepción no sólo de la comunicación sino de las relaciones de poder, y de la transmisión de signos e imposición de códigos que esas relaciones permiten vehicular” (Graziano, 1980: 9), ubicando el fenómeno en el marco de la construcción de una alternativa comunicacional pero también política y social. En este sentido la inserción de la experiencia en un proyecto político transformador (que más

---

<sup>20</sup> “El vanguardismo era igualado a la vanguardia, el foquismo a una violencia simbólica que se quería evitar, el brigadismo a una ‘orga’ que limitaba la libertad crítica, y así siguiendo. “Ni un paso atrás, ni un paso adelante del pueblo”, podía resumir la consigna, justamente en momentos en que el pueblo se parece cada vez más a una audiencia, un electorado manipulado y un consumidor híper estimulado”. (Mangone, 2005: 202).

que ser orgánica tiene que ver con una visión de conjunto y con una estrategia general) configura un marco para la pensar alternatividad con un significado y un referente claros.<sup>21</sup>

Esta mirada tiene la virtud de situar la comunicación alternativa en la tradición del pensamiento crítico, dando cuenta de su vocación transformadora. Vocación que es recuperada como constitutiva de la alternatividad por numerosos autores, incluso aquellos que fundamentan sus conceptualizaciones en la necesidad de apartarse de lo que entienden como “intervenciones dirigidas desde afuera” sobre la “expresión de los sectores populares”, en referencia al Estado y a las vanguardias políticas y estéticas (Baeza, 2008: 78).

La comunicación alternativa está cruzada en la práctica y en la reflexión –como detallamos páginas más atrás- por los paradigmas que organizaron el campo de la comunicación y la cultura en América Latina a lo largo de las décadas, desde su conformación en los 60 y 70 (período de autonomización) hasta la actualidad (institucionalización, profesionalización, burocratización). Esto demuestra toda una tradición latinoamericana de ejercicio teórico práctico de la comunicación en relación con los sectores populares, pero al mismo tiempo expresa las dificultades que se suscitan a partir de las reformulaciones y desplazamientos que se fueron dando con los años, sobre todo con las derrotas de los proyectos revolucionarios en la región, la crisis del concepto de vanguardia y la posterior caída del muro de Berlín.

Estas periodizaciones llevan a referir a transformación socialista o a cambio social democrático, o a transformación social a secas, o a construcción de poder popular como horizonte de las experiencias de alternatividad. Es decir que existe bastante coincidencia en entender la inserción de la comunicación alternativa, popular y comunitaria en proyectos transformadores más amplios que la propia práctica. También, en ubicar la tarea de trastocar la relación unidireccional y vertical entre emisor y receptor en la lucha más amplia por el cambio de las relaciones de poder, aunque haya mucho menos acuerdo en las características que debe asumir este proyecto de transformación. (De hecho, una de las tensiones que cruzan el campo es la dada por el par revolución / reforma).

Asimismo hay que señalar que ante estos desplazamientos numerosos investigadores sufrieron una suerte de “huida hacia adelante”, en términos de María Cristina Mata (2011),

---

<sup>21</sup> En clave polémica, Simpson Grinberg (1989 (1986)) cuestiona esta postura al interpretarla en clave vanguardista como simple reemplazo de una clase dirigente por otra, manteniendo inmovible la división del trabajo entre emisores y receptores y el carácter vertical de los flujos comunicacionales. En sintonía con el contexto de transición democrática, el cuestionamiento hacia las vanguardias políticas y la crisis de las estrategias totalizadoras, su lectura de lo alternativo (centrado en el discurso antiautoritario como elemento determinante) deja entrever la marca de la teoría de los movimientos sociales, la noción del poder diluido y la revalorización del aspecto cultural por sobre los objetivos del medio en lo social.

modificando esta vocación inicial transformadora por un adaptarse al signo de los tiempos, fundamentalmente a partir de los 90 con la irrupción de perspectivas muy atravesadas por el mercado que “desvanecieron el horizonte de emancipación radical contenido en las prácticas de comunicación popular” (ídem: 10).<sup>22</sup> Ausencia de preguntas sobre la propiedad de los medios, soberanía del receptor, celebración de la hegemonía televisiva, democracia semiótica, culturalismo conforman la marca de época de la década neoliberal. Esto, aplicado al campo más amplio de la comunicación y la cultura, es profundamente trabajado por Héctor Schmucler en “La investigación: Lo que va de ayer a hoy” (1997),<sup>23</sup> donde sostiene que

la idea de mercado es seductora: invita al goce y a la libertad sin transgredir reglas. Los académicos e investigadores, descubierta la verdad del mercado, podían abandonar el fastidioso ejercicio de la ‘denuncia’. Corregir. Proponer. Formular reparos no es oponerse, sino buscar formas de incluirse dignamente. (Schmucler, 1997: 155)

No obstante, pasado este período de hegemonía neoliberal, la comunicación alternativa se vio oxigenada. Ya lo señalamos: en los últimos tres lustros la temática recuperó interés académico, al tiempo que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación alimentaron propuestas mediáticas y formas de actividad y participación que a lo largo de los años habían preocupado a las experiencias alternativas. Entre las nuevas propuestas se encuentra la experimentación y puesta en práctica de las televisoras comunitarias que, luego de años de ejercer la pantalla con tecnología analógica, comenzaron la transición a la tecnología digital y la alta definición a la par del mercado y del Estado, aunque con mayores dificultades.

Teniendo en cuenta el carácter histórico y geográficamente situado de la alternatividad (Barranquero & Sáez Baeza, 2011; Sáez Baeza, 2018), podemos observar que la

---

<sup>22</sup> Es muy interesante el planteo de María Cristina Mata (2011) en relación a la inserción, la politicidad y la organicidad de las prácticas de comunicación popular, ya que si estas características por un lado las hicieron intervenir cuestionando el verticalismo a mediados de los 80, las formas de representación entre dirigencia y bases y la ortodoxia teórica; por otro lado es la “razón por la cual no escaparon de las graves crisis que experimentaron organizaciones sociales y movimientos populares a partir de derrotas políticas, de las consiguientes discusiones y revisiones que ellas suscitaron y de la instalación del modelo neoliberal” (2011: 9). El resultado, teniendo en cuenta la presencia de las visiones pos políticas (la autora cita como ejemplo los planteos de Chantal Mouffe), es un corrimiento hacia una socialización de la alternatividad “en detrimento de su politicidad” (2011: 10). Salvando los matices, este planteo es similar al de Mangone (2005), cuando sostiene que “relativismo ideológico y antiintelectualismo militante sustituyen los aires existencialistas y comprometidos de las generaciones anteriores: la comunicación, entonces, quiere ser más comunicación que alternativa” (2005: 197).

<sup>23</sup> Sostiene Schmucler: “La idea de mercado es seductora: invita al goce y a la libertad sin transgredir reglas. Los académicos e investigadores, descubierta la verdad del mercado, podían abandonar el fastidioso ejercicio de la ‘denuncia’. Corregir. Proponer. Formular reparos no es oponerse, sino buscar formas de incluirse dignamente” (1997: 155).

conceptualización de la comunicación alternativa como parte de un proyecto que la trasciende –esto es, inserta en la vida y la dinámica de las organizaciones populares-, es una constante en la tradición latinoamericana. Las experiencias vienen mostrando esta integración desde la propia práctica. De ahí que ubiquemos la comunicación alternativa en el cruce entre comunicación y política, “ligada a los movimientos sociales, a los procesos de dominación y de réplica a la dominación, y por tanto atravesada por un proyecto, o al menos, por un movimiento de lucha política” (Martín-Barbero, 1983; citado en Mata 2011: 7-8).

Esta lectura aparece tanto en autores consagrados como en los nuevos investigadores que trabajan el tema de la alternatividad. Una pequeña selección de fragmentos ilustran la importancia de la inserción como elemento constitutivo de la alternatividad, incluso desde perspectivas diferentes o que acentúan las distintas tradiciones teóricas y políticas que los sustentan:

La comunicación alternativa es necesaria para la organización del mismo poder popular. (Aguirre, 1989 [1986]: 58) La comunicación alternativa [...] no es una actividad en sí, dotada de una finalidad que se agota en sí misma, sino que está al servicio de una tarea global de educación popular, entendida también como un proceso de toma de conciencia, de organización y acción de las clases subalternas. (Aguirre, 1989 [1981]: 61)

La comunicación alternativa es un fenómeno caracterizado por un intento de creación dialogada, donde los propósitos comunicativos apuntan no sólo a una participación en la gestión y creación de mensajes, sino a objetivos más amplios de cambio estructural de la sociedad. (Reyes Matta, 1982: 247)

Cuando la comunicación alternativa emerge, sólo puede hacerlo con un propósito que va más allá de la mera perspectiva comunicacional: debe ser expresión de un proyecto histórico de cambio, de resistencia cultural y de construcción solidaria [...] Se trata de una perspectiva de confrontación con una dinámica de hegemonía (Reyes Matta, 1983; citado en Baeza, 2008)

No hay comunicación alternativa y popular sin propuesta de proyecto alternativo de sociedad; [...] aparece por exigencias del proceso político y no como instrumento capaz de transformar por sí la realidad social; [...] todo este proceso escapa a los marcos de la comunicación como tal para localizarse en el proyecto político que lo crea como instrumento y expresión de su desarrollo. (Festa, 1986: 29)

Sin realizar definiciones sobre los alcances, puede decirse que el objetivo extra-comunicacional de cualquier práctica alternativa siempre ha sido el cambio de una determinada situación, la oposición al status quo. (Rodríguez Esperón, 2000: 211)

Es así como tras la descripción de adjetivos y atributos en torno a la comunicación alternativa, se optó por señalar que -más allá de la etiqueta que se les atribuyera- la

característica clave de la comunicación alternativa era su propósito de transformación del orden social hegemónico, entendiéndolo por ello un cuestionamiento del orden social que estos medios promueven y legitiman con cada una de sus opciones de contenidos, de temas, de actores y sectores relevantes. Un propósito de transformación que, para ser considerado como tal, no habría de descansar solamente en el discurso, sino en la dialéctica entre este y una praxis social transformadora, que se expresaría en un cambio en las jerarquías de acceso a la emisión de discursos y en las consecuencias de este cambio en los enfoques, temas y protagonistas del mensaje. (Sáez Baeza, 2008: 29-30)

Las prácticas de comunicación comunitaria, alternativa y popular tienen en su horizonte la resistencia o la transformación de los procesos sociales hegemónicos. En otras palabras, están vinculadas o al menos refieren en diferente medida a proyectos de cambio social más amplios y sin los cuales es imposible comprenderlas. Si bien cada una realiza sus acciones desde orientaciones políticas -más o menos explicitadas- diferentes o prioriza problemas disímiles, es posible afirmar que todas ellas pretenden, en principio, transformar lo dominante. De esta manera, estas experiencias reubican el tema del poder en la agenda comunicacional. (Kejval, 2009: 10)

A pesar de que las diferencias geográficas y epistemológicas han dado pie a diversas conceptualizaciones de comunicación alternativa -medios radicales (Downing, 1984, 2000), populares (Kaplún, 1985), ciudadanos (Rodríguez, 2001), entre otras-, que expresan el “carácter situado” de la generación del conocimiento, su análisis conjunto permite observar que todas estas tradiciones suelen definir su objeto de estudio como una comunicación orientada al cambio social, tanto por sus contenidos -todos aquellos a los que los discursos hegemónicos perciben como amenazas al status quo- como por sus estructuras organizativas -participativas, democráticas, transparentes-, procurando así una coherencia entre su discurso y su praxis. (Barranquero & Sáez Baeza, 2010: 6)

Más allá de las divergencias entre las experiencias en cuestión, existen coincidencias básicas: surgen y actúan vinculadas a las necesidades comunicacionales de los sectores populares y son medios de comunicación con objetivos que los trascienden, en el sentido de tener como horizonte el cambio social y la construcción de sociedades más justas y democráticas. (Pulleiro, 2012: 14)

En un artículo publicado en 2004 en colaboración con Carlos Rodríguez Esperón, señalábamos también que la alternatividad, en el marco de las formaciones sociales capitalistas, se ubica en una perspectiva de enfrentamiento a lo dominante; es decir, contra el discurso oficial y contra el orden establecido, y destacábamos su carácter instrumental vinculado con las necesidades de las clases y grupos subalternos. De esto se desprenden otros elementos que, junto con la inserción en un proyecto transformador, nos interesa destacar como constitutivos de la alternatividad: la cuestión del discurso y la recuperación de la palabra silenciada; la apertura hacia la participación comunitaria (en sentido sociológico y no sólo territorial) de acuerdo con el soporte, el contexto y las formas organizativas; la apropiación del medio por

parte de las organizaciones sociales y políticas; la gestión y el tipo de propiedad (colectiva, comunitaria, social, popular); las formas de funcionamiento o rutinas de trabajo y el ejercicio de un periodismo de contrainformación.

En este sentido, Mata (2011) recorre algunas de las dimensiones de la comunicación popular y las conceptualizaciones que se fueron poniendo en juego a lo largo del tiempo, complejizando la periodización cronológica para detenerse en los debates conceptuales generados. Así señala “la posibilidad de hablar, de expresarse”, de “recuperar la palabra” como una de esas dimensiones que dan lugar a la otra comunicación (que puede ser abordada desde la idea de “dar voz a los sin voz”, desde el decir de las múltiples expresiones de la cultura popular; desde la creación de medios propios de las clases subalternas, desde las “brechas” en los medios masivos).

Este aspecto permite además vincular la práctica de la alternividad con la lucha por la democratización de las comunicaciones, al ubicar el problema de la expresión de las mayorías silenciadas en relación con los discursos que circulan en la sociedad. Se trata de entender los medios alternativos, comunitarios, populares como multiplicadores de discursos o como vehículos de expresión de los sectores que tradicionalmente no tienen acceso a los medios masivos de comunicación o que, cuando lo hacen, son demasiadas veces tergiversados. Esta articulación entre el problema del habla y la lucha por hacer escuchar otras voces lleva a su vez a problematizar el tema de la propiedad de los medios, los intereses puestos en juego y la necesidad de pregonar un modelo de comunicación que, a partir de políticas desconcentradoras, tenga en cuenta el acceso de los sectores populares a la construcción de la palabra pública.

La cantidad de trabajos que refieren a la necesidad de expresión y afirmación de las clases y grupos populares como constitutiva de la comunicación popular es enorme, desde los trabajos de Martín-Barbero en los 80 –como “Retos a la investigación en comunicación en América Latina”–, pasando por los textos de Mario Kaplún (1996 [1985]), hasta los numerosos textos sobre televisión comunitaria, como por ejemplo los de Crawford y Flores (2002) en Colombia o Pablo Villagra (2012) en Chile, que destacan desde diferentes perspectivas la importancia de la recuperación de la palabra como impulso que da origen a la construcción de los medios propios. Esto lleva a resaltar en definitiva, la comunicación como derecho humano, y la vincula con el derecho de la comunicación y la economía política, al aparecer en contraste con los problemas derivados de la concentración.

La “comunicación participativa, alternativa o popular” es, para Martín-Barbero en un texto iniciático (1980), uno de los campos estratégicos para la investigación, junto con la estructura transnacional de la comunicación y las nuevas tecnologías. El autor afirma que un

propósito fundamental que “parece definir lo alternativo en materia de comunicación en Latinoamérica” es

transformar el proceso, la forma dominante y normal de la comunicación social, para que sean las clases y los grupos dominados los que tomen la palabra. Y en ese sentido la comunicación alternativa no es aquí nada nuevo ya que, desde las experiencias pioneras de Paulo Freire, proyectadas después a multitud de grupos en todos los países del continente, la comunicación ha estado ligada más a la liberación del habla, de la actividad y la creatividad popular que a la potencia o el tipo de medios utilizados. (Martín Barbero, 1980)

Aquí, antes que a la creación de medios masivos (en el sentido del soporte), la idea de “tomar la palabra” se asocia conceptualmente a las más diversas expresiones culturales de los sectores populares, que los excede. Martín-Barbero también desarrolla este tema en el artículo publicado en la compilación de Máximo Simpson Grinberg *Comunicación alternativa y cambio social* (1989), donde teoriza sobre el sentido de la comunicación –“comunicaciones otras”- en las prácticas cotidianas de las masas (como la feria, el barrio, las fiestas).

Por su parte, Kaplún recupera la cuestión de la dialogicidad, elabora la idea de un emi-rec (emisor y receptor) y sostiene que “los sectores populares no quieren seguir siendo meros oyentes; quieren hablar ellos también y ser escuchados. Pasar a ser inter-locutores”. A partir de la diferenciación entre “comunicación dominadora” y “comunicación democrática”, el comunicador expresa que “en el fondo de [estas] dos acepciones subyace una opción básica a la que se enfrenta la humanidad. Definir qué entendemos por comunicación equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir” (1996 [1985]: 67).

De publicación más reciente, Livigston Crawford y Pamela Flores también sitúan el surgimiento de la comunicación alternativa y popular como “respuesta a la ausencia de libertad de expresión en los medios oficiales en casi todos los países del continente” (2002: 193-194); en tanto el comunicador chileno Pablo Villagra ubica la problemática de la televisión popular y comunitaria como “alternativa al monopolio comercial e ideológico de los grandes medios, que con su práctica y política de exclusión ha marginado de sus pantallas a diversos sectores del pueblo”, y enfatiza la participación de las organizaciones sociales y las comunidades en la creación de los mismos “para visibilizar sus demandas y construir desde el espacio local procesos de identidad, alternativas para romper el cerco mediático impuesto desde el poder” (2011: 123-124).

Las diferentes conceptualizaciones que se evidencian en estos planteos, pero que ponen en común la cuestión de la voz y la palabra como atributo de la alternatividad, dejan ver

nuevamente que en este campo nunca se trata de consensos encorsetados en fórmulas. Las numerosas tensiones o zonas de indefinición conceptual tienen que ver con los contextos en los que se desarrollan las experiencias y con el lugar de la práctica en la definición y re-definición de la alternatividad. Por ejemplo, la cuestión de la multiplicación de voces, sobre todo en los casos en que el elemento de la participación comunitaria es enfatizado, entra en tensión muchas veces con la idea de profesionalización (muy presente sobre todo a partir de la década del 90), que a su vez se relaciona de manera conflictiva con la cuestión de la recepción, los códigos aprehendidos y el gusto, que complejizan aquello que hace a la participación de la comunidad. Tener esto en cuenta es importante para no caer en el resbaladizo terreno de la idealización de las prácticas, como si éstas no estuvieran insertas en una sociedad dada y cruzadas por lógicas sociales contradictorias (de transformación, de reproducción), y se redujeran simplemente a una esencia fosilizada.

Esto lleva a pensar el tema de la profesionalidad, que aparece como exigencia cuando se avanza en procesos de legalización que se proyectan de manera problemática hacia los medios, tensionándolos hacia la institucionalización. Esto último no significa que lo alternativo debe ser entendido únicamente como lo artesanal, lo marginal o lo pobre en materia de recursos materiales y simbólicos y deba conformarse con experimentar en la carencia. Al contrario, implica que para que la experiencia alternativa pueda desarrollarse es necesario entender estas exigencias como punto de llegada y no como punto de partida, y que la invectiva popular sea parte de dicha conceptualización y no un mero receptáculo de lo que el mercado y los especialistas definen como profesionalidad. Las voces en América Latina tienen demasiados colores como para homogeneizarlas en una sola tonada.

Por otra parte, la participación no se da por decreto ni está garantizada por el solo hecho de echar a andar un medio, pero aparece como preocupación constante y en este sentido es otro de los elementos diferenciales que hacen a la comunicación popular. En la medida que el medio alternativo se afianza entre los grupos subalternos, es difícil no advertir la importancia de la participación comunitaria en alguna o en todas sus instancias: desarrollo, gestión y toma de decisiones, que a la vez están cruzados por diferentes mecanismos de representación que las experiencias utilizan para funcionar en virtud de las características del dispositivo y la cosmovisión de mundo de los sujetos involucrados. En este punto vale la pena recordar el desglose entre participación real y participación simbólica que propone María Teresa Sirvent en “Participación social y poder” (2004 [1999]: 129 y siguientes), aunque también hay que problematizar la participación en relación al dispositivo, los objetivos y los contextos, a riesgo

de absolutizar la cuestión dejando de lado experiencias desarrolladas en situaciones altamente represivas.<sup>24</sup>

En este sentido coincidimos con Margarita Graziano (1980) en que no toda experiencia participativa es alternativa pero sí a la inversa, aunque es necesario reflexionar sobre las diferentes formas de participación de acuerdo a los marcos políticos sociales y también de acuerdo a los soportes y objetivos del medio. En el caso de la televisión, por ejemplo, ¿cómo romper el mandato tecnológico que hace unilateral al medio? Esta interrogación es parte del devenir cotidiano de las emisoras. Fabián Pierucci, del grupo de cine Alavío y canal web Ágora TV, sostiene en una entrevista que “en la mesa de montaje y en la mesa de edición no es posible que estemos miles de personas, entonces hay que asumir ciertas premisas que son parte del acuerdo previo, que es explícito” (Pierucci, 2003).

Teniendo en cuenta estas zonas problemáticas, podemos afirmar que la relación con la comunidad en términos de apertura a la participación para la organización y la movilización, y como canal de expresión y articulación de los sectores silenciados por los medios dominantes es uno de los rasgos que hacen a estos medios. Pensar la participación como condición sin reducirla a una receta o un conjuro, evitando su utilización fraseológica. Entenderla como efectivización de acuerdos políticos y marcos comunes; en tanto apertura a la realización de programas, materialización de propuestas, formación técnica y política; en fin, participación leída en clave de inserción y apropiación de la experiencia por parte de colectivos y sujetos en diferentes niveles, de acuerdo con los procesos de maduración: en el diseño de los mensajes y la conformación de agenda, en la producción de los programas y en la toma de decisiones.

Finalmente está el tema no menor de la propiedad colectiva, social, popular o comunitaria y la autogestión, que escapa a los formatos que hacen a la división del trabajo en el sistema capitalista entre patrones y empleados, entre un “dueño” de los equipos y un “gerente” que toma las decisiones. Nos referimos a espacios que crecen a partir del aporte voluntario de sus miembros, entendidos como iguales comprometidos con el sostenimiento de la experiencia, que realizan un trabajo voluntario o una militancia social y política, donde no existen relaciones de dependencia. Esto no significa que no puedan alcanzarse rentas, retiros o salarios, como veremos en algunas de las televisoras analizadas a uno y otro lado de la

---

<sup>24</sup>Un ejemplo de esto es el funcionamiento de la agencia clandestina ANCLA, impulsada por Rodolfo Walsh en los primeros años de la dictadura militar en la Argentina, en el marco de las políticas de contrainteligencia montoneras. Precisamente contexto impedía la realización de asambleas para la toma de decisiones, o una gran participación en la elaboración de los mensajes; sin embargo ésta llegaba a través de los canales orgánicos y su carácter fue transformador.

cordillera. En realidad, este aspecto es de un orden estructuralmente distinto a las definiciones sobre la cuestión de la propiedad (de hecho, como todo, se deviene de ésta), y tiene que ver con las formas de funcionamiento y la organización colectiva de los recursos comunes. Es más, en la medida que la experiencia se desarrolla es necesario explorar a fondo la dimensión que hace al financiamiento, que muchas veces está secundarizada o aparece como una preocupación tardía (Segura, 2014; Iglesias, 2015).

Todo esto se proyecta en la pantalla, a partir de una construcción de agendas contrainformativas basadas en los intereses y las necesidades de los sectores movilizados de la sociedad, devolviendo la historicidad a los acontecimientos al ubicar la protesta en el fluir de sus causas y consecuencias. Las demandas y reclamos de los sectores movilizados contados por los protagonistas; las formas cotidianas de militancia en el territorio, las lecturas de la realidad política que hacen a una subjetividad transformadora son parte fundamental del ejercicio popular del periodismo: la televisión alternativa apunta a la creación de agendas propias que buscan disputar sentido a lo dominante, y que son a la vez resultado de rutinas de trabajo y valores que hacen a lo noticiable diferentes a los puestos en práctica por los medios hegemónicos.

Entendemos por tanto que los consensos generales o regularidades presentadas aun con matices en este apartado, permiten referirse en un sentido amplio pero al mismo tiempo claro a un tipo específico de medios de comunicación contenidos dentro del haz conceptual alternativo, popular y comunitario, que en América Latina tienen una larga tradición y una cantidad de debates que lo complejizan. Esto es importante en la medida que evita la inflación terminológica, ese complejo que lleva a ubicar en el marco de la alternatividad cualquier experiencia que ofrezca alguna dificultad para ser leída dentro de los marcos de la comunicación hegemónica. Por lo tanto, entendiendo la comunicación alternativa como un proyecto a largo plazo atravesado por multitud de tensiones y contradicciones, podemos sistematizar algunos puntos de acuerdo comunes con los cuales abordamos este tipo específico de medios de comunicación:

\* Nos referimos a la televisión alternativa, popular o comunitaria como aquella comprometida con los intereses de las clases y grupos populares, cuya finalidad no se agota en sí misma sino que es parte de un proyecto de transformación y construcción de contrahegemonía que le da sentido y orientación, y que compone otro modelo de sociedad;

\* Que surge y se desarrolla a partir de la necesidad de recuperar la palabra, el acto afirmativo del habla, y por tanto para dar visibilidad a las voces silenciadas o tergiversadas por los medios hegemónicos;

\* Que está íntimamente relacionada o inserta en movimientos sociales y organizaciones políticas populares y de trabajadores, de los cuales es expresión, y que cumple una función de articulación en la medida que éstos se apropian de la experiencia;

\* Que propone otro paradigma de la comunicación que no está regido por el lucro ni por la lógica de las ganancias, sino por la comunicación como bien social, y que busca romper con el esquema unidireccional de la comunicación;

\* Que es de propiedad colectiva, social, comunitaria o popular, y autogestionada;

\* Que construye su pantalla y su agenda a partir otros criterios de noticiabilidad y de relación con los protagonistas, dando lugar a un discurso periodístico de contrainformación basado en la consulta de otras fuentes.

## ***2.5. Diálogos con la economía política y el derecho de la comunicación: una articulación de origen***

Escribimos más arriba que la comunicación alternativa como zona teórico práctica dentro de las ciencias de la comunicación cobró nueva relevancia en el marco de los debates regulatorios democratizadores que tuvieron lugar en América Latina a partir del cambio de milenio, convocada como una suerte de “contrapeso” en los mapas de medios de los países de la región. Este contexto legal en revisión y sanción de normas, en paralelo a la introducción de las tecnologías digitales, potenció una lectura de la alternatividad en articulación con la perspectiva de la economía política de la comunicación, el derecho de la comunicación y la definición de políticas públicas, que pusieron en foco el rol del Estado como garante de la pluralidad y la diversidad (estado activo no debe confundirse con estado árbitro entre fuerzas sociales en equilibrio [Mosco, 2006: 73]), ubicando a los actores no lucrativos como sujetos especiales bajo su tutela.

Colaboraron en la construcción de esta perspectiva las asociaciones que nuclean al sector, que se dieron una importante política de incidencia<sup>25</sup> tanto en los planos nacional como

---

<sup>25</sup> Mata (2011) sostiene que “en ese terreno, las luchas por los derechos a la información y la comunicación emergen como un campo de acción inexorable para la comunicación popular. No sólo porque las políticas públicas de comunicación dominantes ponen en inferioridad de condiciones y hasta en riesgo su propia existencia, en especial cuando se emplean medios audiovisuales. También porque los medios masivos, al modelarnos históricamente como públicos, naturalizaron su legitimidad como depositarios de ese derecho colectivo. En América Latina, y más allá de la voluntad política de algunos gobiernos nacionales, han sido organizaciones de comunicación popular las que han cuestionado esa legitimidad liderando con distintos alcances movimientos de democratización de la comunicación”. (Mata, 2011: 20-21)

regional e internacional (Sáez Baeza, 2014; Segura, 2018), cristalizándose en la presentación de recomendaciones y estándares internacionales y en el reconocimiento dentro de las legislaciones de una docena de países latinoamericanos. Dentro de éstos, Argentina, Chile, Uruguay, Bolivia, Venezuela, México y Ecuador reservan espectro en distinto grado para televisión digital comunitaria y sin fines de lucro (OBSERVACOM, 2016 y 2017).

El estudio de la concentración también se vio revitalizado con el inicio del Siglo XXI, después de años de repliegue en las orillas de los intereses científicos. De acuerdo con Becerra & Mastrini (2017), el problema de la concentración de medios logró mayor atención política y académica en el marco de “la irrupción de Internet y de la creciente convergencia entre el sector audiovisual y las telecomunicaciones, las fusiones y adquisiciones de empresas” (p. 21). Esto actuó como catalizador de los cambios regulatorios que, según los autores, ubicaron los límites a la concentración en un lugar discursivo privilegiado (p. 17).

El estudio de la concentración es imprescindible para entender cuáles son las relaciones de propiedad en el sector de la comunicación masiva en las sociedades contemporáneas. Eludir el problema de la concentración impide comprender una parte decisiva del funcionamiento de los flujos de información, entretenimiento y comunicación en el presente. (Becerra & Mastrini, 2017: 20)

A lo largo de los primeros tres lustros de este siglo, y sobre todo de los últimos dos, la investigación académica fue recuperando interés sobre los procesos de concentración, sus efectos estructurales sobre el mapa de medios de los países de la región y la necesidad de establecer contrapesos; al tiempo que los debates sobre la comunicación alternativa, popular y comunitaria volvieron a recuperarse al citar el ingreso de nuevos actores —en este caso, a licencias de televisión digital—, junto con el fortalecimiento de los medios públicos estatales y no estatales, y los medios de los pueblos originarios.<sup>26</sup>

El enfoque de la alternatividad como respuesta a la concentración ya estaba presente en los primeros trabajos científicos en torno al tema, sobre todo en su momento de mayor producción literaria para la región: como vimos en apartados anteriores, entre la segunda mitad de la década del 70 y la primera de los 80, antes del viraje culturalista que desde finales de esa década y durante los 90 fue hegemónico en los estudios sobre comunicación alternativa, popular

---

<sup>26</sup> Sobre este aspecto, el Informe 2014 de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos platea que “en estas nuevas condiciones, es posible y deseable que la regulación y los planes de implementación de la televisión digital habiliten el ingreso de nuevos operadores de televisión, tanto en el sector público, como comunitario y comercial. Es deseable que estas medidas se adopten sin esperar al apagón analógico, salvo que, de manera fehaciente y transparente, no existan condiciones técnicas para hacerlo desde el comienzo mismo de la implementación de la televisión digital”. (Lanza, 2015: 24)

y comunitaria, en consonancia con los desplazamientos teóricos y metodológicos que tuvieron lugar en el campo de las ciencias sociales más en general (Fuentes Navarro, 1992; Mangone, 2005; Mata, 2011, Pulleiro, 2012).

La línea puede seguirse en los planteos iniciáticos de Margarita Graziano (1980), Máximo Simpson Grinberg (1989), Juan Gargurevich (1989 [1981]) y, en parte, Elizabeth Fox (1988), entre otros y otras, que –con matices y a veces en polémica- ponen el acento en el impulso de experiencias de comunicación alternativa tras el fracaso de las Políticas Nacionales de Comunicación; la democratización de la comunicación como horizonte en el marco del estudio de las relaciones de propiedad de los medios; las posibilidades de articulación de los niveles micro y macro del análisis comunicacional; la definición de la alternatividad en vínculo con el desarrollo de políticas comunicacionales y culturales; los indicadores de acceso y participación, y la pregunta más amplia por la “otra comunicación” en el marco de la concentración y la transnacionalización (Barbero, 1980).<sup>27</sup>

Para Graziano, el interés sobre la alternatividad en América Latina surge

en el marco de la investigación a continuación de un proceso caracterizado en primer término, o en su primera fase, por una toma de conciencia de la estructura del aparato massmediático, en términos de propiedad, control y contenidos, y en su segunda fase, por una también conciencia de las limitaciones de una posible incidencia del sector investigación en los niveles de toma de decisiones en el plano nacional. En otras palabras, el interés por el estudio de los problemas relacionados con las que por ahora genéricamente se denominan “alternativas comunicacionales”, podría ser calificado en la práctica como el estadio inmediato posterior a la etapa de auge de las investigaciones destinadas a servir de base a formulaciones en el marco de políticas nacionales de comunicación (Graziano, 1980: 71).

En el estudio introductorio a la edición de 1986 de la compilación sobre comunicación y cambio social, Máximo Simpson Grinberg describe la variedad de puntos de vista que desde los años 60 encuadraban las investigaciones en torno a la comunicación alternativa, revisando las tendencias predominantes que ya podían vislumbrarse en la primera mitad de la década del 80. El libro es en sí mismo un muestrario de la amplia gama de enfoques, a veces complementarios, desde los cuales el fenómeno de la alternatividad venía siendo abordado, que van desde la posibilidad de articular (o no) la comunicación alternativa con los medios masivos

---

<sup>27</sup> Rodríguez Esperón (2000) recupera, citando a Reyes Matta (1981), otras líneas históricas o tradiciones de la alternatividad: las luchas frente al colonialismo, las reacciones nacionales e internacionales contra el neocolonialismo, el movimiento por la calidad de la vida y dimensión humana del desarrollo y las reacciones frente a los autoritarismos políticos y económicos.

(lo que contiene los debates sobre las políticas nacionales de comunicación, por ejemplo el artículo de Gargurevich sobre la reforma de la prensa peruana durante el gobierno de Velasco Alvarado); pasando por los abordajes concentrados en el lugar de la participación, el tipo de relación emisor-receptor y la alternatividad como respuesta a la comunicación industrial vertical; hasta los enfoques centrados en la inserción de las experiencias en procesos de transformación, la construcción de poder popular y la comunicación desde el punto de vista instrumental.

Desde su exilio en México, Simpson destaca de manera crítica que una parte de los investigadores y las investigadoras leían la temática en el marco de “la necesidad de promover políticas nacionales de comunicación que implican, en apreciable medida, la descentralización del poder comunicacional a nivel mundial y su reconcentración directa o indirecta al interior de cada país”; mientras que otros, en cambio, ponían “el énfasis en la democratización interna como objetivo de esas políticas nacionales” (Simpson, 1989 [1986]: 24), llamando a “dejar de proponer políticas nacionales de comunicación, a secas, para empezar a diseñar políticas de democratización de las comunicaciones, con objetivo y con finalidad explícita” (pág. 24, citando a Roncagliolo y Avila, 1982).

Según el autor, las posiciones predominantes para la época abarcaban desde

las ideologías tecnocrático-autoritarias centradas en consideraciones de soberanía nacional informativa y modernización de estructuras, hasta posiciones que podríamos denominar como tecnocrático-populistas, con acentuada tendencia a fortalecer el poder comunicacional de los Estados nacionales y su control sobre el conjunto de la comunicación social; y, por la otra, a sectores que enfatizan conceptos tales como pluralismo, acceso y participación. Partiendo de criterios en cierto modo semejantes, otros hablan de derecho a la información, a la que definen como un bien social, a la vez que subrayan los derechos del receptor en los procesos comunicacionales. Por su parte, algunos estudiosos, al mismo tiempo que confieren una importancia central a la democratización de los sistemas de propiedad, señalan la urgencia de trascender la vieja distinción entre lo público y lo privado para avanzar hacia la incorporación del derecho social. (Simpson, 1989 [1986]: 24-25)<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> No obstante, Elizabeth Fox (1988) destaca la importancia de los debates que se dieron en el marco de la reunión en San José de Costa Rica auspiciado por la UNESCO en 1976 n julio de 1976 para discutir las políticas nacionales de comunicación. La investigadora sostiene: “La conciencia del Tercer Mundo sobre los medios en general y especialmente sobre las desigualdades en los flujos internacionales de noticias y entretenimiento, estaba en ascenso a fines de la década del sesenta y comienzos de la del setenta. Esta conciencia impregnó las declaraciones y programas de acción del movimiento No-Alienado y las propuestas para un Nuevo Orden Mundial para la Información y la Comunicación. En Asia y África, donde los medios eran mayoritariamente de propiedad y manejo del gobierno, la preocupación giraba fundamentalmente en torno al flujo internacional de noticias y entretenimiento, y había poca discusión alrededor de la reforma interna de los medios. Sin embargo, casi todos los medios masivos latinoamericanos eran controlados privadamente y operados comercialmente. Los participantes

Sea como fuere, las investigaciones sobre comunicación alternativa en el contexto de la emergencia y autonomización del campo de la comunicación y la cultura en América Latina tienen en el diagnóstico del sistema de medios y su carácter transnacional, el estudio de la propiedad y control de las empresas massmediáticas, la crítica de la dependencia y la interpretación del subdesarrollo, una de las puntas del ovillo que conduce a la renovación actual.<sup>29</sup> Para esos años, son pioneros los trabajos sobre la estructura de la información de Armand Mattelart (1970), Heriberto Muraro (1974a y 1974b), Diego Portales (1981), Luis Ramiro Beltrán (1976), Ludovico Silva (1978 [1971]), y el antecedente más temprano e importante para la economía política en la región, el trabajo de Antonio Pasquali (1963), quien además de estudiar los medios en tanto empresas informativas realiza una distinción clave para la comunicación popular: aquella establecida entre información (vertical, unidireccional) y comunicación (como relación biunívoca del “tipo del consaber”).

Alejandro Barranquero (2010) y María Cristina Mata (2011) destacan el aporte de la tradición latinoamericana de la comunicación popular como zona específica dentro de la naciente disciplina comunicacional en el subcontinente, línea que hemos reconstruido en otro trabajo (Vinelli, 2014). Sobre el particular, Mata recupera la publicación en 1980 de un número especial de la revista *Media Development*, órgano de la World Association for Christian Communication (WACC), dedicado al llamado “modelo latinoamericano”. De acuerdo con la investigadora, “ese modelo era ni más ni menos que la comunicación popular, un concepto que según los editores de la publicación ‘enriquecía’ la historia de la comunicación y que ‘en primer lugar, debe entenderse como una protesta social y política contra el individualismo, el materialismo y la alienación producidas por la sociedad occidental industrializada’” (Mata, 2011: 6).

---

en la conferencia de San José estaban tan preocupados con la reforma interna de los medios nacionales como con los cambios en el flujo internacional de noticias y entretenimiento. Muchos consideraron que ambos problemas estaban estrechamente vinculados”. (Fox, 1988: 1)

<sup>29</sup> Escribe Simpson: “Desde esta óptica, afirma Diego Portales: ‘La comunicación alternativa es un proyecto que se opone al predominio sin contrapeso de la modalidad de comunicación transnacional. Éste es, por decirlo de alguna manera, su impulso genético’. Por su parte, Fernando Reyes Matta, al interrogarse sobre qué es la comunicación alternativa, y frente a qué se la considera como tal, responde: ‘Dentro de este concepto se ubica a todas las formas de comunicación que emergen como respuesta al sistema dominante, cuyos centros de poder se asientan en los países capitalistas occidentales y cuya expresión es una permanente expansión de tipo transnacional.’” (Simpson, 1989: 33) Por su parte, Portales sostiene que “entre estas ideas cabe destacar la democratización de las comunicaciones como el concepto central de una comunicación alternativa”. (Portales, 1989 [1986]: 99)

Para Barranquero, tanto la investigación académica como las reflexiones realizadas por las propias prácticas se “repliegan” hacia la “búsqueda de una comunicación popular, de base, con escasos medios y a pequeña escala, al considerar que la lucha por democratizar las comunicaciones en el ámbito macro (nacional o internacional) era ya una batalla perdida” (Barranquero, 2010: 2-3). El autor se refiere –como venimos señalando- a la crítica de la dependencia de las estructuras transnacionales de comunicación, y a la pérdida de fuerza de las discusiones en torno al Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación NOMIC (ídem: 2), promovido por la UNESCO en un contexto internacional marcado por la bipolaridad y la emergencia de los países del Tercer Mundo como nuevos actores en el debate.

En efecto, si por un lado generaba expectativas el hecho de que un organismo internacional en el que se reunían especialistas y Estados se ocupara de la democratización de las comunicaciones, y que en ese camino se tuvieran presentes las experiencias de comunicación popular, por el otro y a la luz de unos resultados que convencieron a pocos (Mattelart, 1996: 259 y siguientes), en el Informe MacBride publicado finalmente en 1980 como resultado de esos debates quedaba a la vista una lectura limitada respecto a qué entender por democratización, acceso y participación. Esto es lo que lleva a Graziano (1980) a plantear críticamente que la comunicación alternativa es necesariamente participativa, pero que no todas las experiencias participativas pueden considerarse alternativas, ubicando lo alternativo en comunicación en el marco de la construcción de una alternativa a secas.

Al respecto, Mata (2011) sostiene:

Como advertí en aquel entonces, la exclusión de grandes mayorías sociales de los sistemas y medios de comunicación, se vinculaba en el texto del Informe con el proceso de concentración de tecnologías comunicativas en un número relativamente reducido de países desarrollados y en un conjunto de empresas transnacionales, pero no se vinculaba explícitamente con el modelo económico y político hegemónico cuya reproducción se sustentaba, entre otras cosas, en la concentración y el control de la palabra y en un ordenamiento social antidemocrático e injusto. De tal suerte se vaciaba, con un análisis auto referido al sistema comunicativo y con proposiciones en las cuales era evidente la impronta tecnológica, las complejas y ricas experiencias de comunicación popular que se desarrollaban en América Latina como parte de luchas sociales y políticas. Era justamente la *politicidad* de la comunicación popular y alternativa la que se desleía en las caracterizaciones y proposiciones del Informe MacBride. A las luchas por lograr una palabra propia sostenida en la igualdad económica, social y política, a los esfuerzos por diseñar proyectos contra-hegemónicos, se les sobreponía una dimensión tecn-administrativa que identificaba el acceso a medios y tecnologías con acceso al poder ser y decir. (Mata, 2011: 13-14)

Tras la ralentización del debate internacional, buena parte de las investigaciones sobre comunicación alternativa, popular o comunitaria fueron desbordando los medios para abarcar procesos, volcándose hacia un enfoque más centrado en la idea de resistencia cultural, reconstrucción de la trama social y escenarios micro, en sintonía con los aportes de la teoría de los movimientos sociales, la “aparición” de la cultura popular como “tema nuevo” en las ciencias sociales y las lecturas gramscianas en clave de la transición democrática.<sup>30</sup> Pero los debates que el Informe Mc Bride suscitó —en torno a las tecnologías, al impacto de las prácticas de la comunicación popular en el sistema de medios, a la cooperación internacional, al derecho a la libertad de expresión—, permitieron reubicar el trabajo de las redes de medios comunitarios latinoamericanas en un escenario más amplio, sobre todo a partir de los 90, con el fortalecimiento de las articulaciones regionales y un constante trabajo de incidencia para el reconocimiento del sector que están en la base de los cambios regulatorios que encuadran el momento actual, aunque el marco normativo hoy se encuentre en retroceso.

## ***2.6. Concentración vs. libertad de expresión: barreras de entrada para la televisión digital comunitaria***

De acuerdo con Becerra & Mastrini (2017), las regulaciones adoptadas en varios países latinoamericanos tras el cambio de milenio surgen en un escenario de “reconfiguración del modo de intervención estatal en el espacio público” (p. 63), y tienen en común la preocupación por la concentración como “eje central”, el acceso de actores sin fines de lucro a licencias de radio y televisión y las exigencias de producción de contenidos nacionales (p. 64). Pese a esto, los autores destacan que esos mismos tres lustros de debates y definición de normativas de

---

<sup>30</sup> Según Clemencia Rodríguez (2009), “el fracaso del NOMIC dio origen a una forma de repensar la democratización de los medios desde una perspectiva de base, más cercana a la gente y a las comunidades tercermundistas que a las agencias de prensa, los grandes medios y las políticas nacionales de información. Esta nueva perspectiva visualiza a los movimientos sociales y las organizaciones de base, con sus propios medios de comunicación alternativos, como los nuevos actores claves en el proceso de democratización de las comunicaciones. Se esperaba entonces que estos sujetos sociales recién politizados (movimientos sociales, organizaciones de base, grupos populares), establecieran sus propios canales mediáticos a pequeña escala y luego promovieran sus propias redes de comunicación e información, evitando así a los gigantes de la comunicación global. Además de suministrar información alternativa a sus audiencias, se esperaba que estos nuevos medios — catalogados como medios alternativos— se apartaran del modelo vertical (de arriba abajo) de las comunicaciones. Mientras los grandes medios operan sobre la base de una jerarquía entre productores y audiencias, en la que estas últimas no tienen voz y se ven limitadas a desempeñar el papel pasivo de recibir mensajes mediáticos, se pensaba que los medios alternativos eran la panacea de la comunicación horizontal mediante la cual emisores y receptores comparten igual acceso al poder comunicativo”. (Rodríguez, 2009: 15)

carácter democratizador coinciden con la profundización de la concentración de las actividades infocomunicacionales,<sup>31</sup> destacando que el proceso de convergencia potenció la tendencia conglomeral y oligopólica de medios e industrias que exhiben “niveles de concentración incompatibles con el objetivo de promoción de la diversidad” (p. 191).

Los niveles de dominio de pocas empresas en el sistema de medios y de telecomunicaciones en América Latina ofician como barrera de entrada para las emisoras alternativas y comunitarias. Pocas empresas de posición dominante concentran verticalmente propiedad, producción de contenidos, infraestructura, ingresos, poder y audiencias; se expanden hacia otras actividades donde conservan la misma posición dominante y son capaces de adelantarse y moldear gustos y pautas de consumo. Las legislaciones, con limitaciones importantes (la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, por ejemplo, no contemplaba la convergencia; la ley Argentina Digital se ocupó por separado de las telecomunicaciones y el primer DNU del gobierno de Mauricio Macri derogó parte de ambos articulados, creando un único organismo regulador), buscaron poner topes a esa concentración, pero se enfrentaron con poderosos enemigos externos e internos. El intento de las normativas de habilitar el ingreso de nuevos actores al espectro radioeléctrico se encontró con aplicaciones excesivamente lentas y parciales.

Las políticas públicas de fomento para el sector no lucrativo, siguiendo las recomendaciones de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, cuando son sostenidas en el tiempo colaboran para que los costos fijos de la televisión digital no signifiquen una limitante imposible de sortear para los movimientos sociales y colectivos de la sociedad civil lanzados a construir sus propios medios, cuya posición de partida es desigual respecto de los actores de mayor envergadura debido a décadas de persecución y decomisos, así como por su menor capacidad patrimonial y financiera para sostener las experiencias en el aire y planificar su crecimiento y desarrollo. La existencia de apenas un puñado de emisoras de televisión comunitaria digital en América Latina demuestra que, a pesar de los avances normativos, los desiguales puntos de partida y las barreras de entrada operan contra la diversidad de emisores, de fuentes, de perspectivas, de información, e imposibilitan que las audiencias se encuentren con opciones diferentes a las formateadas por los fines comerciales.

En el Cono Sur la realidad demuestra bastante disparidad en la extensión de la televisión digital comunitaria, aun teniendo en cuenta la lenta transición a la televisión digital terrestre

---

<sup>31</sup> “Pocas de estas políticas públicas fueron consecuentes con su postulado y casi ninguna fue eficaz en la contención o moderación de los índices de concentración de la propiedad”, sostienen Becerra & Mastrini (2017: 193), en relación a las regulaciones desplegadas en varios países de América Latina entre 2004 y 2015.

como marco general. Uruguay, que posee la ley de radiodifusión comunitaria más antigua de la región, presenta como haber la adjudicación de una licencia para el canal digital del Plenario Intersindical de Trabajadores – Convención Nacional de Trabajadores (PIT-CNT), “Mi Canal”, aunque por su modo de gestión y funcionamiento no se ajusta a los criterios de comprensión de lo alternativo y comunitario definidos para trabajar en esta esta investigación, y que desarrollamos páginas más atrás (aunque sí compone el universo más amplio de los actores no lucrativos). Junto con Construir TV, perteneciente a la Fundación de la Unión Obrera de la Construcción UOCRA, el fallido antecedente del canal Televisión Central de ATE Neuquén y la TV de los Trabajadores en Brasil, se trata de una las pocas emisoras televisivas en manos de sindicatos. La concesión fue obtenida mediante concurso público en 2013 para operar en Montevideo, pero su lanzamiento recién se hizo realidad en 2016 y sólo logró poner la señal en el aire durante un día (Robledo, 2019).<sup>32</sup>

En la Argentina emiten regularmente en televisión digital abierta PAREStv, Barricada TV, ENTV, el canal mapuche Wallkintun (que se ubica dentro del universo de medios en manos de pueblos originarios, con asignación específica de espectro) y Comarca SI, aunque con distinta cantidad de horas de programación. Urbana Tevé, concursado, está en proceso de digitalización. También se encuentran en ese proceso Proa Centro y Giramundo, mientras que

---

<sup>32</sup> “Fue la única propuesta a nivel país asignada en este sector, en donde, por el decreto que reglamentó la asignación de la TVD (153/012), se reservaron siete canales para el área metropolitana ampliada y tres canales por localidad del interior de Uruguay”. (Beltramelli, 2017: 19) El Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria (CHARC), organismo encargado de supervisar los procedimientos de asignación de frecuencias del sector comunitario, expresó una opinión crítica acerca del llamado concursal, “en el sentido que no contemplaba la naturaleza del sector: sin fines de lucro, incipiente y dirigido a promover los movimientos sociales que buscan acceder a fundar medios de comunicación para acceder a la libre expresión directamente a través del espectro radioeléctrico”, manifestando “su preocupación por la construcción general del Pliego de Condiciones que mantenía excesivas similitudes con el Pliego de Condiciones del Sector Comercial, lo que se tradujo en diversas disposiciones que contravenían la Ley de Radiodifusión Comunitaria, tanto en su espíritu como en su tenor literal (acreditar capacidad económica, desmedidos requisitos técnicos, excesivos requisitos formales que impedían la asociación entre organizaciones pequeñas, depósito en garantía, etc.)”. Por este motivo sostuvo que el llamado guardaba relación con el marco de referencia en que se había realizado: sólo se presentaron “los dos conglomerados sociales más grandes del país [en referencia a la PIT-CNT y a las cámaras empresariales], uno de ellos que forma parte de los movimientos sociales emergentes en el país durante las últimas décadas y el otro representante del sector empresarial más poderoso y con mayores recursos disponibles. No hubo, sin embargo, propuestas representativas de los movimientos comunitarios que representaran a sectores o comunidades territoriales vulnerables, ni a movimientos de la sociedad civil vinculados a grupos, minorías u organizaciones que han emergido en los últimos años para reclamar un espacio autónomo para hacer escuchar sus reivindicaciones”. Cabe aclarar que la CHARC recomendó la aprobación del canal sindical, no así la propuesta de la Asociación de Comunicación Social Empresarial (ACSE), asociación dependiente de la Cámara de Industrias y Comercio (CIU) y de la Asociación Rural del Uruguay (ARU), cuyo proyecto televisivo se enfocaba en la responsabilidad social empresarial. Informe de la CHARC “Llamado para brindar el Servicio de Radiodifusión de Televisión Digital Terrestre Comunitaria para Montevideo”. Disponible en: [http://elpuente.amarcuruguay.org/sitioamarc/Informe\\_CHARC\\_TV\\_Digital.pdf](http://elpuente.amarcuruguay.org/sitioamarc/Informe_CHARC_TV_Digital.pdf)

Canal 4 de Mar de Ajó, sin concurso, se encuentra evaluando alternativas para la migración. Antena Negra, tras dos allanamientos, dejó de transmitir. En Chile transmite recientemente en digital Señal 3 La Victoria, mientras que Challa TV, Únetev y Pichilemu TV se encuentran en vías de digitalización, con diferentes grados de avance. Nos detendremos en extenso sobre este punto en los próximos capítulos; lo que queremos resaltar acá es la pequeña dimensión que el fenómeno de la televisión digital comunitaria tiene en estos países, sobre todo si se lo compara con las expectativas generadas por el estatuto alcanzado por el sector en el sistema interamericano, el reconocimiento logrado en las normas sancionadas y el debate social generado alrededor de los temas de comunicación, concentración y libertad de expresión.

Justamente, la pregunta problema que guía esta tesis hace eje en las condiciones de posibilidad que pueden permitir, o no, una transición a digital exitosa para la televisión alternativa, popular, comunitaria como actor específico –como definimos página más atrás– dentro de la categoría más amplia de los prestadores no lucrativos: condiciones que hacen al mapa de medios y el grado de concentración; al marco legal y su traducción en pliegos concursables; a las políticas públicas y de fomento; a la asignación de pauta oficial; a la extensión de la televisión digital en los hogares; a la base social movilizadora y los actores involucrados en la hechura de las emisoras, etc. De muchas de estas condiciones, como fuimos apuntando más arriba, se ocupó la CIDH en diversos informes de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (en adelante, RELE).

En el documento *Estándares de libertad de expresión para la transición a una televisión digital abierta, diversa, plural e inclusiva*, publicado en 2015 sobre la base del informe 2014, ese organismo da cuenta de las barreras de entrada que operan para impedir el ingreso de nuevos actores al sistema de medios de sus respectivos países, llamando a los Estados a adoptar medidas destinadas al fomento de la pluralidad y la diversidad. Como señalamos al principio de este apartado, la regulación de la concentración en la propiedad y control de los medios de comunicación es una de ellas, reconociendo en la apertura a nuevas emisoras comerciales y comunitarias, y en el fortalecimiento de las públicas,

el esfuerzo principal para promover la mayor diversidad de informaciones y opiniones en el sistema de medios audiovisuales. Sin embargo, para garantizar un entorno plural y diverso, habilitar la entrada de nuevos operadores no será suficiente si no se adoptan medidas que limiten y disminuyan la concentración de la propiedad de los medios en los países donde existan niveles elevados de concentración. (RELE, 2015: 29)

Además, el mismo informe señala que

la concentración de medios en pocas manos tiene una incidencia negativa en la democracia y en la libertad de expresión, como expresamente lo recoge el principio 12 de la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la CIDH: “Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos”. (RELE, 2015. 30)

En efecto, el mapa de medios y dentro de éste los sistemas televisivos en Argentina y Chile, fuertemente basados en la lógica comercial, aparecen como dificultad e impedimento para el encuentro entre la televisión comunitaria y sus audiencias en todos los testimonios relevados, como veremos en los capítulos 4 y 5. En el informe 2004, la RELE ya analizaba el impacto de la concentración de la propiedad de los medios sobre la libertad de expresión, comprendiéndola como una violación indirecta de este derecho humano (RELE, 2004). Se trata de “una práctica que conspira contra la democracia y la pluralidad al impedir la expresión diversa de los distintos sectores de la sociedad” (p. 1). Es decir que la radiodifusión, y dentro de ésta la comunitaria, debe entenderse como un instrumento para ejercer el derecho a difundir informaciones y opiniones (Loreti, 2005: 15), o –siguiendo con esta línea- como instrumento para impedirlo.

De acuerdo con la RELE (2004),

en los últimos años se ha venido interpretando que uno de los requisitos fundamentales de la libertad de expresión es la necesidad de que exista una amplia pluralidad en la información y opiniones disponibles al público. Y es por ello que el control de los medios de comunicación en forma monopólica u oligopólica, puede afectar seriamente el requisito de la pluralidad en la información. Cuando las fuentes de información están seriamente reducidas en su cantidad, como es el caso de los oligopolios, o bien existe una única fuente, como los monopolios, se limita la posibilidad de que la información que se difunda cuente con los beneficios de ser confrontada con información procedente de otros sectores, limitando de hecho, el derecho de información de toda la sociedad. La existencia de monopolios u oligopolios públicos o privados constituye de esta forma un serio obstáculo para la difusión del pensamiento propio, así como para la recepción de opiniones diferentes.

En efecto, si estos medios están controlados por un número reducido de individuos o sectores sociales, o bien por uno solo, se genera una carencia de pluralidad que impide el funcionamiento de la democracia. La democracia requiere del enfrentamiento de ideas, del debate y de la discusión. Cuando este debate es inexistente o se encuentra debilitado porque las fuentes de información son limitadas, se ataca el pilar principal del funcionamiento democrático. (RELE, 2004: 4).

Esta perspectiva es recuperada por Loreti & Lozano (2014), quienes dan cuenta de la larga tradición que relaciona las amenazas contra la libertad de expresión y la concentración de las industrias de la comunicación. Loreti, en un trabajo anterior (2005), enumera las declaraciones y tratados de DDHH que hacen referencia explícita al derecho a la información, para destacar que no sólo los medios de comunicación tienen ese derecho sino también aquellas personas y grupos que buscan hacer oír sus voces (p. 29). Las emisoras alternativas, populares, comunitarias, en la medida que se encuentran insertas en su comunidad, pueden constituirse en vía de expresión de ésta: de ahí la importancia asignada a la apropiación de la herramienta mediática por parte de una base social movilizadora, una de las condiciones para que la sostenibilidad de las emisoras en el marco de la transición a digital llegue a buen puerto.

Asimismo, la concentración impacta en la estandarización de géneros y formatos ya probados comercialmente, reduciendo la diversidad de propuestas informativas y de entretenimiento. Menos fuentes implican menos voces y opiniones, menos conflictos, demandas y culturas en pantalla; mientras que la centralización geográfica en la producción de contenidos afecta la representación de las ciudades y provincias. Junto con esto el empleo sufre un proceso de precarización, debido al cierre de medios y a las fusiones que reducen el mercado laboral y afectan el desarrollo profesional del oficio periodístico, generando en muchos casos la autocensura de los propios periodistas por temor a los despidos (Becerra, 2015: 69 y siguientes).

Por otra parte, los procedimientos para la asignación de licencias, sus requisitos técnicos, patrimoniales, de la persona jurídica y comunicacionales también pueden configurar barreras de entrada para las televisoras del sector social comunitario. En Uruguay, por ejemplo, a la fecha ninguna logró presentarse a concurso, en tanto que en Argentina el primer llamado convocado en 2011 fue resistido por un sector de las emisoras, que denunciaron que las condiciones establecidas en los pliegos, así como su valor, las dejaba fuera de juego y resultaban discriminatorias (desarrollo este tema en Vinelli, 2012 y Vinelli, 2014). La escasa cantidad de ofertantes, sumada a otros factores, llevaron a levantar ese llamado y otro posterior (ver en Tordini, 2012; Segura, 2013). En Chile los canales desarrollaron una estrategia de colaboración, como veremos en el capítulo dedicado a las experiencias de este país, para enfrentar los costos de la elaboración de la carpeta técnica, que implicaron el compromiso de adquisición de equipos a la empresa proveedora que se las elaboró.

Es decir que el reconocimiento legal, si bien es fundamental, no alcanza a ser efectivo si no es acompañado por una base social movilizadora, capaz de reclamar medidas activas por parte de los Estados destinadas a fortalecer el ingreso de nuevos operadores que diversifiquen

el mapa de los medios, que fomenten la pluralidad y establezcan limitaciones claras a la concentración. Las barreras invisibles dificultan de múltiples maneras el recorrido de las televisoras alternativas, populares y comunitarias. ¿Cómo afrontar los costos de la digitalización y, todavía más, cuando la industria local aún experimenta con estas tecnologías y son pocos los proveedores de equipos (moduladores, potencias, multiplexores, encoders, paneles digitales) con los cuales trabajar? ¿Cómo financiar horas y horas de programación local, comunitaria, nacional sin el apoyo de los Estados? ¿Cómo exigir la aplicación de las normas, si la comunidad cuyo derecho a la libertad de expresión e información es vulnerado, no las exige junto con sus emisoras?

De acuerdo con los estándares de la CIDH,

los costos y la complejidad de la transición digital, y sus implicancias en la diversidad y el pluralismo del sistema de medios televisivos exigen considerar atentamente los aspectos relacionados con el acceso a las infraestructuras de transmisión de señales de televisión digital abierta y gratuita. La regulación sobre los procedimientos y acceso al espectro radioeléctrico, así como a las redes y equipos para la transmisión de las señales digitales debe adoptarse de manera tal que no se convierta en una barrera indirecta al ejercicio del derecho a la libertad de expresión, tanto para los actuales operadores como para los nuevos. (RELE, 2015: 56)

Aun con diferencias importantes, tanto la normativa argentina como la chilena realizan una reserva de espectro para la televisión digital comunitaria, poniendo a los actores lucrativos bajo su tutela.<sup>33</sup> Pero este reconocimiento formal también en este punto es incompleto si las condiciones para asumir la transición no tienen en cuenta “medidas adecuadas para generar oportunidades equitativas en el acceso para una igualdad real en el ejercicio del derecho a la libertad de expresión” (RELE, 2015: 63), instando a los Estados a garantizar que las emisoras comunitarias continúen sus transmisiones, sin quedar limitadas en su capacidad de operar.

---

<sup>33</sup> En Argentina, la LSCA reserva el 33 por ciento del espectro a los prestadores privados sin fines de lucro, lo cual fue ratificado en modificaciones posteriores. En Chile, la ley 20.750 de 2014 “implementa una reserva de espectro del 40% (una vez terminada la transición de los actuales operadores) para canales regionales, locales, locales de carácter comunitario y dos concesiones nacionales educativo-culturales. El problema con esta reserva es que desnaturaliza el uso de este concepto a nivel internacional, pues no queda claro lo que se reserva. Al mezclar canales comerciales, no – lucrativos e incluso de carácter municipal dentro de ella, no se establece cuánto quedará exclusivamente para el denominado tercer sector (comunitario, ciudadano, social, no-lucrativo), una de las razones para las que se usa el concepto de reserva de espectro a nivel internacional. De acuerdo al CNTV esa reserva será de la siguiente manera:

\* Asignar 40 % de la cantidad de frecuencias que queden disponibles por región para las concesionarias de categoría regional, local y local comunitaria.

\* Este porcentaje debe considerar dos frecuencias nacionales, destinadas solamente a señales culturales o educativas, así calificadas por el CNTV”. (OBSERVACOM, Informe Chile, 2016: 16)

Sobre este punto, la RELE aconseja la puesta en marcha de políticas públicas de financiamiento que permitan el acceso a la infraestructura digital: fomento, estímulos fiscales, créditos y reglas de *must carry*.

La penetración de la televisión de pago o por suscripción en América Latina creció casi un 2 por ciento interanual en comparación con 2016, según la auditoría BB BOOK 2018. Esto se traduce en 89,45 millones de hogares con TV paga, lo que representa una penetración del 51 por ciento a nivel regional. Argentina es el país con mayor penetración de TV de pago en América Latina en 2018, con más de 11 millones de hogares suscriptos, lo que representa un alcance del 78 por ciento. Para el mismo año, de acuerdo con la auditoría referida, Chile presenta una penetración del 63 por ciento, lo que equivale a 3,71 millones de hogares (Business Buro, 2018).<sup>34</sup> Con una llegada de la televisión abierta reducida al 22 por ciento en el primer país, y al 37 en el segundo, las reglas de *must carry* son clave para que actores diversos puedan encontrarse con sus audiencias, y para hacer efectivo el derecho a la libertad de expresión.

En Chile, el artículo 15 quáter, inciso segundo de la ley 20.750 establece que “los permisionarios de servicios limitados de televisión deberán difundir en la región o localidad en que operen, y siempre que sea técnicamente factible, al menos cuatro canales regionales, locales o locales de carácter comunitario en sus respectivas grillas o parrillas programáticas”. A la fecha, no se ha levantado ninguno de carácter local comunitario. En Argentina, las empresas cableoperadoras originalmente se encontraban bajo la aplicación de la ley 26.522, pero el DNU 267/2015 las traspasó al ámbito de la Ley Argentina Digital 27.078, al dejar de considerarlas servicios de comunicación audiovisual para redefinirlas como Servicios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Servicios de TIC). La ley 26.522 incluía en su artículo 65 la obligación de incluir en la grilla de los cableoperadores, sin codificar, las señales de los servicios de televisión abierta de origen cuya área de cobertura coincidiera con su área de prestación de servicio. Esta obligación persistió pese al cambio normativo, a través del dictado de nuevas resoluciones: ENACOM 1394/2016 (artículo 12) y 5160-ENACOM/2017 (artículo 1ro.).

Sin embargo, las emisoras comunitarias con licencia y habilitación en televisión digital abierta se encontraron con un trato discriminatorio y múltiples incumplimientos por parte de

---

<sup>34</sup> Uruguay es el país con servicio básico de TV más caro, de 36 dólares. Le sigue Chile por 34 y Argentina y el Caribe, por 33. Fuente: BB Book 2018. El “Informe Regional sobre Transición a la TV Digital y Diversidad”, publicado por el Observatorio Latinoamericano de Regulación Medios y Convergencia (Obervacom: 2016), situaba la penetración de la televisión de pago para ese año en un 75-90 por ciento para Argentina, y un 50-75 para Chile.

las compañías de cable, obligándolas a recurrir a la vía judicial para hacer valer sus derechos, ante la inacción del regulador. Nos detendremos en esto en el capítulo sobre Argentina; por el momento queremos destacar los antecedentes de la pelea judicial que tuvieron que llevar adelante otras emisoras en abierto, como la señal universitaria C24 en Córdoba y el canal “Ciudad Televisión” de Resistencia, Chaco, para ser incluidos en la grillas tras sendos pronunciamientos a favor de la Justicia. Estos fallos son retomados en las presentaciones judiciales realizadas por los canales Barricada TV y PAREStv, cuyos casos se encuentran pendientes de resolución.

Una vez más, para el sector social comunitario cada paso se encuentra con fuertes obstáculos: los estándares internacionales, así como el reconocimiento obtenido por el sector en las normativas sancionadas en los últimos lustros, no funcionan como una terapia social para corregir desigualdades y resolver automáticamente la democratización. Ni las legislaciones, ni las tecnologías, pueden soslayar los efectos de las relaciones de producción en el cuerpo social (Mattelart & Piemme, 1981: 70). Esto no significa que carecen de importancia; al contrario, son resultado de una larga pelea por la incidencia, y una importante reivindicación democrática conquistada; a la vez, constituyen un punto de partida para asumir, desde la organización de los medios comunitarios, el tamaño de la pelea por la disputa de un espacio en el marco de un sistema de medios concentrado, dominado por pocos conglomerados en expansión.<sup>35</sup>

Como sostiene Mata (2011),

el desafío, en este caso, reside en no confundir logros y victorias legislativas con la transformación del orden hegemónico. Es cierto que sin instrumentos jurídicos que garanticen derechos es impensable la equidad. Pero también es cierto que esos instrumentos –y lo sabemos bien en los países donde los hemos conseguido-, son un momento más de la confrontación. Una instancia que debe sostenerse, consolidarse y ampliarse cotidianamente. (Mata, 2011: 21)

---

<sup>35</sup> En efecto, Linares, Segura & otros (2016) demuestran que las políticas públicas de comunicación y cultura “fueron uno de los factores fundamentales que contribuyeron a construir la posición de profunda desventaja en términos de sostenibilidad económica de los medios comunitarios, populares y alternativos de Argentina con respecto a los medios de propiedad privada con fines de lucro, a los de propiedad estatal y a otras industrias culturales”, y que “estos medios [...], se han desarrollado en históricas condiciones de desigualdad que perjudicaron sus posibilidades de sostenibilidad económica en el tiempo” (pág. 87).

## *2.7. Televisión Digital Terrestre: tecnología, usos y desafíos para el sector alternativo, popular y comunitario*

La cuestión de la tecnología se encuentra en el centro de la transición digital, aunque –como venimos apuntando- no puede explicarla en su totalidad, así como tampoco puede resolver *per se* las horas de contenidos que una mayor oferta de canales impone. Tanto en Argentina como en Chile, al igual que en la mayoría de los países de Sudamérica, la norma técnica elegida para la televisión digital terrestre fue la japonesa modificada por Brasil ISBD-T (Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial), que utiliza el códec MPEG-4 (compresión de video H.264 y HE-AAC de audio), en lugar del MPEG-2 original. Esta renovación implica mayor disponibilidad del ancho de banda (que se divide en 13 segmentos) y por lo tanto un uso más eficiente y distributivo del espectro radioeléctrico.

La migración también implica cambios en el formato (del 4:3 al cinematográfico 16:9, de uso extendido en la actualidad), y modificaciones sustanciales en las posibilidades asociadas, las formas de emisión y recepción de la señal (incluyendo la recepción desde dispositivos móviles como teléfonos celulares o consolas de videojuegos –one seg), y en la calidad de la imagen y el sonido, ya que elimina los “fantasmas”, las interferencias y el “ruido blanco” propios de la transmisión analógica, aunque la imagen se traba si la recepción es mala o el decodificador tiene baja sensibilidad al nivel de señal sobre ruido (Loyola Arroyo, 2011: 36-37). Esto, junto con la renovación del parque de aparatos de televisión o la venta de decodificadores, genera un nuevo mercado para los fabricantes nacionales y para los importadores / integradores de equipamiento de la industria audiovisual.

Este cambio trascendental (aunque no tan novedoso, puesto el desarrollo de la televisión digital terrestre en el mundo comenzó en los 80)<sup>36</sup> hace que muchas veces el foco se ubique en la tecnología, descuidando su relación con el modelado social que la recibe, como si fuera neutra. Otras veces, se le pide más de lo que puede dar. Como sostienen Albornoz & García Leiva (2012), la historia de la televisión contradice el determinismo tecnológico. Similares desarrollos dieron lugar a sistemas televisivos diferentes, donde contrastan el modelo privado comercial estadounidense y el modelo de servicio público europeo (pag. 28). En este sentido, advierten los autores, “nunca está de más recordar que los medios sociales de comunicación reflejan el peso de las tradiciones culturales, políticas, sociales y económicas en los usos que las sociedades hacen de las tecnologías a su disposición” (pag. 29).

---

<sup>36</sup> Para una síntesis abreviada del desarrollo de la televisión digital abierta, ver Albornoz & Leiva (2012).

La migración, como señalamos en el apartado anterior, llega en el contexto de la convergencia y de la profundización de la concentración de medios e industrias culturales en América Latina, con pocas empresas que dominan el mercado y captan la mayor parte de los recursos (Becerra, 2015: 50), impidiendo el desarrollo sostenible de competidores más chicos y dificultando el ingreso de nuevos actores al ecosistema mediático. Industrias, gobiernos y radiodifusores se disputan el uso del espectro, en un marco de crisis del modelo de negocios de la televisión en particular, de los medios de comunicación tradicionales en general, y de “la búsqueda de rentabilidades ampliadas por parte de otros sectores económicos como la industria electrónica de consumo masivo o las telecomunicaciones” (Albornoz & García Leiva, 2012: 29).

Esto hace que la multiplicación de posibilidades que abre la liberación de espectro sigan resultando huidizas para la periferia del sistema de medios; concretamente, para las experiencias alternativas, populares y comunitarias, el sector menos poderoso y más desigualmente ubicado en el mapa de la comunicación. No obstante, la RELE entiende que la digitalización puede ofrecer, si los Estados intervienen en la regulación recuperando un rol activo, una oportunidad para repensar la comunicación en un sentido democratizador. Un canal radioeléctrico o multiplex tiene capacidad para dos, cuatro o cinco canales digitales ahí donde había espacio para uno:

Este beneficio puede usarse de diversas maneras. Por ejemplo, aumentando la calidad de la señal de las televisoras actuales (pasando a emitir en alta definición o HD146), o transmitiendo más señales digitales en el mismo canal o frecuencia, donde antes solamente se podía emitir una única señal analógica, o una combinación de ambas posibilidades. Ello no depende solo de la tecnología, sino de las decisiones regulatorias que los Estados deben considerar respecto al uso de cada nuevo canal o “multiplex” en el nuevo formato de televisión digital. (RELE, 2015: 52)

Esto pone en debate el destino del dividendo digital para albergar mayor cantidad de operadores y no sólo los canales espejo de las emisoras analógicas en abierto, otorgando una base material a la posibilidad de la democratización. Por eso, como señalamos recién, la RELE considera la transición como una “oportunidad histórica para lograr el objetivo de una mayor diversidad de medios” (2015: 12), siempre que el Estado adopte políticas públicas destinadas al fomento de la diversidad y la pluralidad de voces, y ataque la concentración, levantando las

barreras que dificultan el acceso de los actores no lucrativos al espectro radioeléctrico.<sup>37</sup> Pero además, la televisión digital puede ser una oportunidad si ofrece una grilla de señales variada, si apuesta a la ampliación de prestadores a través de la apertura de concursos reclamados por la propia comunidad, y si logra instalarse entre las audiencias como parte de su menú de información y entretenimiento.

Por otra parte, hay que destacar también que la relación entre los medios alternativos, populares, comunitarios y las tecnologías de la información y la comunicación está atravesada por los debates conceptuales que definen al sector, y que sintetizamos en los primeros apartados de este capítulo. La adopción de estas tecnologías es resultado de una reflexión práctica, de una forma de concebir la comunicación alternativa y también de un modo de vincularse con las audiencias y con el Estado. De una manera más estructural, la incorporación de tecnologías está condicionada por la sostenibilidad de las televisoras, que a su vez está determinada por el lugar que éstas ocupan en el sistema audiovisual. Es decir, se realiza en un marco de asimetrías pre existentes y en un sistema de medios marcado por la concentración y la exclusión (Monje & Rivero, 2018a: 49).

Justamente, una de las promesas que trajo aparejada la transición hacia la televisión digital terrestre en el mundo estuvo centrada en el fomento de la pluralidad que esta tecnología facilitaría, al multiplicar la cantidad de canales y por lo tanto de prestadores que podrían acceder al espectro radioeléctrico. En Argentina, la política pública –nos detendremos sobre esto más adelante- se orientó inicialmente a los sectores más vulnerables, a partir de la introducción de esta tecnología en los hogares comenzando por el reparto gratuito de decodificadores para jubilados y jubiladas de haberes mínimos, y para beneficiarios y beneficiarias de planes sociales. Sin embargo el camino es más largo y sinuoso, ya que la tecnología no está menos atravesada por las contradicciones de clase “que la pintura, el cine o el teatro” (Mattelart & Piemme, 1981: 72). Conocer la tecnología, comprender de qué se trata el apagón analógico,

---

<sup>37</sup> “En este sentido, se liberan importantes sectores de espectro al concluir la transición, lo que abre una oportunidad histórica para lograr el objetivo de una mayor diversidad de medios. Esto, siempre que los Estados adopten marcos regulatorios y políticas públicas adecuadas para utilizar esa mayor disponibilidad de espectro. El ‘dividendo digital’ es, en sentido estricto, el espectro liberado por los actuales operadores de televisión analógica al emigrar hacia nuevos canales digitales. Pero en un sentido más amplio, este dividendo debería entenderse como toda liberación o ahorro de espectro que surge por la optimización del uso de espectro que reporta la digitalización y compresión de las señales de televisión terrestre. Este ahorro debe incluir el destino de las frecuencias que el Estado recupera para su administración luego del apagón analógico. Las decisiones sobre este mayor espacio de espectro disponible pueden adoptarse tanto al finalizar el apagón analógico, como desde el encendido digital y durante la transición de un sistema al otro. Las decisiones que adopten los Estados acerca del destino de estos dividendos digitales se convierten en uno de los aspectos claves del proceso de digitalización”. (RELE, 2015: 49-50)

tener acceso a decodificadores que permitan captar la señal de la TDT, y el ensamble de aparatos de televisión que los incorporen va de la mano de una pedagogía del consumo. También, del financiamiento prioritario del sistema de la televisión digital terrestre.

En el informe realizado en el marco de la Maestría en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Quilmes sobre usos y consumo de la televisión digital en los municipios de San Fernando y Quilmes, provincia de Buenos Aires, Mastrini, Marino & otros encuentran que

la TDA impacta muy positivamente en el público, una vez que la barrera del desconocimiento (y de los prejuicios asociados al conocimiento poco concreto) es superada. Este balance muestra con claridad que los atributos positivos de la TDA son generalmente asociados a cuestiones sustantivas o de contenido, mientras los atributos negativos tienden a ser de tipo operativo. (Mastrini, Marino & otros, 2014: 83)

El cambio de tecnologías no resuelve el problema de la concentración ni garantiza la diversidad si no se cambia el paradigma de la comunicación. La relación entre las posibilidades técnicas de un dispositivo y su apropiación concreta por parte de distintos actores sociales no es sencilla ni lineal, incluso cuando existen políticas de fomento. Desde el punto de vista de la televisión alternativa y comunitaria, el simple uso del dispositivo tecnológico por parte de sujetos que se propongan una comunicación alternativa no implica en sí mismo la ruptura con las lógicas dominantes si no se alteran las reglas de uso, y con esto, la práctica y el vínculo comunicacional que el medio dominante impone. Esto ya lo señalaban Armand Mattelart y Jean-Marie Piemme en 1981, al afirmar que lo alternativo no reside en el tipo de dispositivo (la tecnología por sí misma no es una alternativa al modelo de comunicación) sino en las relaciones de fuerzas que operan en él: la interactividad no garantiza la democracia si dicha interactividad no está acompañada por un uso social distinto al dominante, si la experiencia no se encuentra apropiada por su comunidad.

Para los autores, que reflexionan sobre el impacto que las nuevas tecnologías tuvieron sobre el monopolio de servicio público belga, el foco debe estar en la inscripción de los usos sociales de los dispositivos tecnológicos en las relaciones de fuerzas existentes; en la lucha (o su ausencia) por poner en práctica nuevos sentidos y usos de las tecnologías de la comunicación:

El propio aparato está lleno de contradicciones. En determinadas coyunturas, su funcionamiento puede escapar a la lógica de la reproducción cuando, por ejemplo, la base social de los usuarios se encuentra modificada (la utilización del video en el seno de los conflictos sociales por la clase obrera o alguna de sus organizaciones no es del mismo tipo que el trabajo de un videobús subvencionado por el Estado). Además, proceso y

producto pueden estar en ruptura con el modo dominante de la comunicación. Ahora bien, si existe ruptura, no se produce de entrada, por la simple razón de que existe una utilización de tecnologías nuevas, sino por el hecho de que estas tecnologías son el soporte (un soporte entre otros) para trabajar en producir unas formas de comunicación y unos contenidos alternativos. (Mattelart y Piemme, 1981: 80)

En este sentido, nos interesa subrayar la comprensión de la relación entre comunicación alternativa y nuevas tecnologías vinculada a la producción de nuevas relaciones sociales. A esto nos referimos al destacar la importancia de una base social movilizadora capaz de apropiarse la herramienta, como condición fundamental para el desarrollo y crecimiento de la televisión digital comunitaria junto con un marco legal que la reconoce, que es el resultado de una pelea de largo aliento. La tecnología no es neutra sino que se encuentra frente a lógicas simultáneas de reproducción y transformación; es espacio de contradicciones y por lo tanto puede ser soporte (o no) de nuevas relaciones sociales, de una práctica, un funcionamiento y un discurso alternativo. La tecnología digital abre una oportunidad, pero la televisión alternativa, popular, comunitaria no existe por fuera de estas lógicas ni por fuera de las relaciones en una sociedad dada. Al desarrollarse en el marco de una formación social capitalista, estas experiencias estarán todo el tiempo tensionadas entre la transformación y la reproducción de la cultura y la comunicación hegemónicas. Estas lógicas coexisten y, como veremos en los próximos capítulos, se cruzan de manera contradictoria la gestión, los objetivos, la pantalla, los procesos de la adquisición de tecnologías y las estrategias de relación con el Estado y con los proveedores.

En su libro sobre las radios y televisoras comunitarias canadienses, Michel Senecal (1986) destaca que estas tensiones pueden conducir hacia un proceso de integración o de distanciamiento respecto de los modelos dominantes: la comunicación alternativa es portadora de estas lógicas y al mismo tiempo es su resultado, justamente porque no se trata de experiencias fosilizadas sino que se encuentran en permanente tensión; de ahí su riqueza. Por eso, para explicar la variedad de matices que genera el conflicto entre las distintas lógicas, Senecal recurre muy certeramente a los diferentes niveles de praxis que desarrolla Henri Lefebvre en *Sociologie du Marx*:

Hay tres niveles de la praxis: en los dos extremos, el repetidor y el innovador, y entre ambos, el mimético. La praxis repetidora vuelve a iniciar los mismos gestos y los mismos actos en ciclos determinados. La praxis mimética sigue unos modelos; llega a crear mediante la imitación, y por tanto sin saber cómo ni por qué; pero es más frecuente que imite sin crear. En cuanto a la praxis inventiva y creadora, alcanza su más elevado nivel

en la actividad revolucionaria. Esta actividad puede ejercitarse tanto en el conocimiento y en la cultura (la ideología) como en la acción política. (Lefbvre, 1966; citado en Senecal, 1986: 141 y 142)

Las contradicciones se expresan siempre, ante cada situación y de muchas formas: por ejemplo en la toma de decisiones acerca de la incorporación de tecnologías y su socialización; en las búsquedas de financiamiento y sus efectos o no sobre el discurso; en las maneras de poner en el aire los programas, en la toma de decisiones o en el “arte” del canal, pasando por las vías de participación en relación con la capacitación en técnicas de cámara y montaje y las relaciones sociales que se van generando entre sus miembros. En todos estos aspectos conviven vestigios de lo dominante y gérmenes de lo nuevo que se quiere construir: la ruptura o la reproducción pueden ejercerse todo el tiempo hacia el interior del mismo medio, acercándolo más o menos a una práctica transformadora.

En este sentido resaltamos que no hay “pureza” en lo alternativo sino formas en las que se resuelven cotidianamente los conflictos que se presentan. Esto aporta a la lectura de la televisión alternativa, popular, comunitaria como proceso, donde las contradicciones tienen un lugar importante para el análisis, dejando de lado las lecturas esencialistas o románticas que ven resistencia en todas las prácticas populares por el solo hecho de “venir de abajo” o que, como la otra cara de la misma moneda, evalúan la práctica negativamente porque no se ajusta al dogma o a un “deber ser” previo a la experiencia. Esto es importante en tanto la demanda de la legalización no sólo implica la materialización de un derecho largamente esperado, sino también asumir obligaciones burocráticas que muchas veces incomodan a quienes impulsan los medios.

Como ilustración podemos observar los matices en las estrategias desarrolladas por las emisoras argentinas y chilenas para lograr sortear exitosamente concursos para acceder a licencias y migrar hacia la tecnología digital, que incluyen acuerdos con proveedores del sector (en Chile, la Asociación Nacional de Canales Comunitarios realizó un acuerdo comercial con una empresa para elaborar las carpetas técnicas a cambio de la futura compra de equipamiento); o el desarrollo desigual de las televisoras en relación al fomento estatal (en Argentina, los canales que accedieron a títulos precarios y luego a licencias lograron mayores vías de financiamiento, como el caso de PAREStv, Canal 4 de Mar de Ajó y Barricada TV, integrantes de la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas CONTA).

Finalmente, tanto los cambios tecnológicos como los cambios normativos modificaron el panorama de los medios alternativos, populares y comunitarios. Este nuevo escenario se

acompañó por una oxigenación en la reflexión académica sobre la temática, con la incorporación de nuevas preocupaciones y la redefinición de las viejas. Por primera vez en Argentina y Chile se abrieron concursos para televisión sin fines de lucro. Como resultado, emisoras alternativas, populares y comunitarias, partiendo desde una posición subordinada e invisibilizada en los sistemas de comunicación de estos países, lograron superar barreras de entrada para constituir una opción abierta y gratuita en la grilla digital de esos países, constituyendo un hito en la historia de los medios a ambos lados de la cordillera de los Andes.

### 3. Planteamiento metodológico

#### 3.1. Decisiones analíticas

En el capítulo anterior delimitamos el objeto desde el punto de vista de la estructura teórica, a partir de la puesta en diálogo de distintos subcampos dentro de la disciplina comunicacional. Esta decisión nos permite abordar el fenómeno de la comunicación alternativa, popular y comunitaria atendiendo a su articulación con las tradiciones de la economía política de la comunicación y el derecho de la comunicación, entrecruzamientos que pueden rastrearse en los orígenes de la reflexión académica sobre el tema. Esta línea de comprensión de lo alternativo, que se reconoce en la tradición crítica latinoamericana, hace foco en los medios como actores dentro del sistema de comunicación, sin descuidar los contextos en los cuales las experiencias se desarrollan (proyecto y formación social, siguiendo a Williams, 1997: 187 y siguientes), y los objetivos políticos y comunicacionales que persiguen.

Desde esta perspectiva trabajamos las características, rasgos o regularidades que funcionan como consensos generales para explicar la alternatividad, tanto desde la investigación académica como desde las propias emisoras, sus modos de nombrarse y construir sus identidades (acción reflexionada y reflexión actuada). Como ya se señaló, la resolución de trabajar con un haz conceptual abierto: alternativo, popular, comunitario, busca atender dos cuestiones entrelazadas. La primera tiene que ver con respetar y contener los procesos de definición y debate de los colectivos de medios, evitando las lecturas esencialistas o dogmáticas acerca del fenómeno, que imponen un deber ser previo a la experiencia.

La segunda da cuenta de la necesidad de construir un marco de referencia para el análisis, esfuerzo que trazamos en las páginas precedentes, para distinguir sociológicamente al sector como actor específico y diferenciado dentro de la categoría más amplia de los prestadores privados sin fines de lucro. Y desde ahí abordar las posibilidades, obstáculos y limitaciones que la migración digital impone a las televisoras alternativas. De esta manera se busca evitar tanto el corsé que actúa como filtro de pureza como la inflación terminológica que termina por diluir la alternatividad dentro del tercer sector de la comunicación, igualando experiencias disímiles (por estructura, escala, capacidad financiera o patrimonial), reclamando para todas las mismas exigencias. Lo cual no es menor cuando de concursos se trata, razón que llevó a la RELE a

insistir en pliegos adecuados a la realidad comunitaria si lo que se busca es garantizar el acceso y no profundizar las barreras de entrada al ecosistema mediático para las emisoras menos favorecidas.

Este enfoque de la alternatividad, siguiendo a Edward P. Thompson (1991), también es necesario para que el abordaje del fenómeno tenga en cuenta el andamiaje teórico y metodológico propio de estas experiencias, dando cuenta de sus tensiones, conflictos y las formas de funcionamiento; en lugar de analizarlas desde la perspectiva de los medios de comunicación tradicionales y sus formas de organizarse, entender el oficio y establecer rutinas de producción de contenidos audiovisuales.

Desde el punto de vista de las decisiones metodológicas, esta comprensión de lo alternativo –aun teniendo en cuenta que se trata de una conceptualización genérica y no excluyente-, impacta en la construcción del corpus, y obliga a diferenciar unos medios de otros para atender en particular los desafíos de las televisoras alternativas en el contexto de la transición digital. Por lo tanto, separa el objeto de otros que se encuentran en sus márgenes: las televisoras cerradas en manos de las cooperativas de servicios (cuya estructura, modo de gestión y escala es mucho más grande que las comunitarias);<sup>38</sup> las televisoras de baja potencia, micro y pequeñas empresas, que comparten el mismo escenario local territorial con las comunitarias, pero que tienen fines de lucro; y las televisoras en manos de fundaciones (dependientes de empresas, Ongs o grandes sindicatos), cuya estructura organizativa es vertical. También quedan afuera de este enfoque las emisoras en manos de las diferentes fes religiosas; las emisoras municipales (se trata de emisoras públicas, y por lo tanto componen otro actor de la comunicación); otras públicas no estatales (emisoras universitarias y las escolares) y las dependientes de pueblos originarios, que se identifican a sí mismas como emisoras indígenas o emisoras con identidad<sup>39</sup> (sobre este último punto, ver Lizondo, 2015 y 2018; Doyle, 2016; un enfoque más general acerca de las diferentes televisiones se puede consultar en Rincón, 2002).

Destacada esta decisión y las razones que la motivan, se busca responder desde un estudio cualitativo a las preguntas que motivaron esta investigación:

---

<sup>38</sup> Monje & Rivero, 2018a y 2018b trabajan sobre televisoras cooperativas y comunitarias, atendiendo a las particularidades de cada una.

<sup>39</sup> “La investigación en comunicación en América Latina produjo un conocimiento capaz de incidir en la conformación del campo disciplinar propio, sin embargo, fue dejando de lado temas nodales. Son esos temas los que aparecen hoy en las agendas de la academia, casi como repitiendo la historia de la comunicación comunitaria, alternativa o popular; se indaga sobre ellos cuando ya son realidades consolidadas en el espectro radioeléctrico. Este es el contexto en el que la comunicación gestionada por pueblos originarios se incluye en el campo de estudio de las ciencias sociales”. (Lizondo, 2018: 51)

- ¿Cuáles son las condiciones de producción sobre las cuales las televisoras alternativas, populares y comunitarias encaran la migración hacia la televisión digital en Argentina y Chile, y cuáles son las condiciones de posibilidad para una digitalización exitosa?
- ¿Qué estrategias ponen en práctica las emisoras para superar las barreras de entrada para el ingreso de las televisoras del sector social comunitario al sistema de medios a ambos lados de la cordillera?
- ¿De qué manera los colectivos se apropian de las innovaciones tecnológicas?
- ¿Qué gravitación tienen sobre las experiencias los cambios regulatorios y las políticas públicas de fomento destinadas a los medios comunitarios en la región?
- ¿Cómo impactan las transformaciones tecnológicas, los elevados estándares de calidad técnica y los escenarios legales sobre la sostenibilidad económica e institucional del medio, la gestión y el funcionamiento?

Estas preguntas también ayudan a delimitar el objeto de estudio. La televisión es un dispositivo complejo; es a la vez una tecnología y una forma cultural, y por lo tanto es multidimensional. No es lo mismo preguntarse por los contenidos de la pantalla que preguntarse por el consumo de la televisión alternativa o por su funcionamiento. En nuestro caso, el análisis se realiza en el ámbito de la producción: nos enfocamos en los medios y sus contextos. Como prioridad investigativa, nos interesa conocer e interpretar las maneras en que las televisoras alternativas transitan hacia la tecnología digital; como señalamos más atrás, dar cuenta de las condiciones de posibilidad para su desarrollo y sostenibilidad en el tiempo, y cuáles son los elementos que pueden favorecer un recorrido exitoso (entendiendo por esto la llegada a transmitir en televisión digital terrestre con regularidad y mantenerse en el tiempo).

Al citar las condiciones lo que se pone en juego es la relación entre la experiencia y el contexto, que se lee en diferentes planos o niveles: la inserción de la emisora en su comunidad y los vínculos políticos y sociales que establece con organizaciones y movimientos populares; las características socioculturales de sus impulsores e impulsoras y las formas en que funcionan y gestionan las emisoras, junto con los objetivos que se dan; el marco regulatorio; la presencia de políticas públicas; el desarrollo de la industria fabricante o importadora / ensambladora de equipamiento audiovisual; el grado de concentración del sistema de medios al que pelean por acceder.

En resumen, siguiendo a Casetti & di Chio (1999), la decisión de trabajar en el ámbito de la producción implica analizar los aspectos político comunicacionales conectados con el

hecho de hacer televisión (objetivos, identidad, hitos, encuadre asociativo, encuadre legal); los aspectos socioculturales (vínculos con organizaciones políticas y sociales, inserción comunitaria, relación con el Estado, etc.); los aspectos organizativos (identificación sociocultural del emisor, gestión, funcionamiento, método de trabajo); los aspectos económicos (sostenibilidad, financiamiento, acceso a políticas públicas) y los aspectos tecnológicos (incorporación de las innovaciones tecnológicas, apropiación y uso de las tecnologías, socialización de saberes y transferencia).

Sobre estos cinco aspectos, que reuniremos más adelante en tres dimensiones generales de análisis aplicadas a los casos seleccionados en Argentina y Chile, trabajaremos en los capítulos siguientes. En cambio, no nos detendremos en los aspectos y dimensiones que hacen a la oferta televisiva y los contenidos de la programación ni, como ya resaltamos, en los aspectos relacionados al consumo de la televisión alternativa (desarrollamos un estudio de contenidos en Vinelli, 2014; por otra parte, Segura & otros, 2018, trabajan sobre los públicos de los medios comunitarios); aunque utilizaremos información dura de encuestas (CNTV, 2017 y 2018b; SINCA, 2017) acerca del consumo de la televisión digital abierta, para dar cuenta de las condiciones de producción de la TV alternativa.

### *3.2. Abordaje metodológico*

El abordaje metodológico es cualitativo, y se utilizan técnicas comparativas, de estudio de caso, indagación documental y normativa, entrevistas a actores y actrices clave con el fin de dar cuenta de la multidimensionalidad del objeto. La comparación, en los estudios sociales, se utiliza desde el análisis histórico, desde el análisis estadístico y desde los estudios cualitativos. De acuerdo con Tonon (2011),

se han identificado tres formas de considerar la comparación: como contexto de justificación y control de hipótesis; como contexto de descubrimiento y de generación de nuevas hipótesis y como procedimiento lógico y sistemático que es lo que se denomina en términos estrictos, método comparativo. [...] el método comparativo tiene como objetivo la búsqueda de similitudes y disimilitudes. Dado que la comparación se basa en el criterio de homogeneidad; siendo la identidad de clase el elemento que legitima la comparación, se compara entonces lo que pertenece al mismo género o especie. Las disimilaridades se presentan como lo que diferencia a la especie de su género, y esto no es lo mismo que señalar las variaciones internas de una misma clase; por lo cual se requiere de un trabajo sistemático y riguroso que implique la definición previa de las propiedades y los atributos posibles de ser comparados. (Tonon, 2011: 2)

En nuestra investigación, la vía de abordaje del objeto de estudio es cualitativa y utiliza el estudio de caso y la comparación, a través de técnicas de interrogación y análisis de documentos (Casetti & di Chio, 1999; Yin, 2009, Tonon, 2011), a fin de establecer semejanzas y diferencias a partir de las observaciones extraídas, primero entre las experiencias del mismo país y luego entre los dos países. Este tipo de análisis es de tipo descriptivo y explicativo, ya que no sólo se orienta a describir un fenómeno sino fundamentalmente a explicarlo, descubriendo regularidades y variaciones que permiten identificar modelos o principios generales en atención a los múltiples factores que pueden condicionar o potenciar un fenómeno dado. El análisis de casos permite “investigar un fenómeno contemporáneo en su contexto de vida real, especialmente cuando las fronteras entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes” (Yin, 2009: 18).

Al estudio de las estrategias desarrolladas por las televisoras argentinas y chilenas se le agrega una contextualización, descripción y análisis de los marcos regulatorios en cada uno de los países, para advertir a partir del tratamiento que cada legislación le brinda a los prestadores no lucrativos, y de acuerdo al grado de concentración del mapa de medios, cuáles son las condiciones de posibilidad de los medios alternativos y populares. Para responder a la pregunta sobre las condiciones de posibilidad de la televisión alternativa en el marco de la transición digital, se ponen en relación tres subcampos dentro de las teorías y prácticas de la comunicación: la comunicación alternativa, la economía política y el derecho de la comunicación. Es decir que la perspectiva busca problematizar el desarrollo y las estrategias adoptadas por los medios en articulación con el proceso social, cultural y político. Argentina y Chile son dos países del Cono Sur donde los marcos regulatorios y las propuestas legislativas abonaron debates acerca de la especificidad del sector social comunitario y sus posibilidades de desarrollo en el marco más amplio de los actores no lucrativos, y donde existen canales comunitarios concursados emitiendo en televisión digital o en proceso de hacerlo.

Se utiliza la entrevista en profundidad dirigida con los actores y actrices clave de las experiencias seleccionadas, dando prioridad a las reflexiones de los sujetos que impulsan las prácticas, en articulación constante con sus condiciones de producción. Se presta especial atención a las valoraciones que los estos hacen de los marcos legales, las políticas de fomento y la incorporación de la tecnología digital. Así, en la línea de la historia desde abajo, la televisión alternativa se analiza desde sus propios marcos y herramientas interpretativas, dando lugar a modelos o principios generales de desarrollo y funcionamiento del fenómeno en cada uno de los países, que más adelante se ponen en comparación o contrastación para establecer

similitudes y diferencias entre ellos. A partir de una comparación sistemática se busca extraer conclusiones que aporten a una comprensión de las posibilidades de la televisión alternativa, popular o comunitaria en la región, y a la relación entre democracia, comunicación alternativa y nuevas tecnologías.

A la entrevista en profundidad con informantes clave, que constituyen las fuentes primarias de la investigación, se suma el inventario o digesto de las normas atinentes a la televisión digital comunitaria, su promoción y financiamiento, y a las reglas de *must carry*, así como se caracteriza el mapa de medios a ambos lados de la Cordillera de los Andes. A esto se agrega un análisis del estado de despliegue de la televisión digital terrestre en cada uno de los países, y de su tasa de encendido, ya que configura el (limitado) escenario de operación de la TV alternativa. También se realiza una búsqueda de fuentes secundarias a partir del fichaje de material hémero bibliográfico sobre la experiencia analizada, y textos y documentos producidos por los propios sujetos involucrados y por otras redes y colectivos de medios comunitarios sobre la situación del sector en general.

De este modo se espera reunir información suficiente para una reflexión más acabada sobre lo alternativo en televisión en el contexto actual, desde un análisis centrado en la producción del medio, y en las dificultades y desafíos que estos atraviesan, teniendo en cuenta el grado de implementación e introducción en los hogares de la televisión digital terrestre, las características del mapa de medios y dentro de éste las concesiones de televisión abierta. La construcción de modelos y la identificación de los principios generales que organizan a las experiencias de televisión alternativa en el marco de la implementación de la televisión digital nos permiten poner en evidencia las barreras de entrada para el ingreso de los canales del sector social comunitario al sistema de medios en cada uno de los países, y las estrategias desarrolladas –con sus regularidades y variaciones- desde los medios para migrar a digital y luego sostener en el aire el proyecto.

Nos interesa trabajar con emisoras de Argentina y Chile por tratarse de los países de mayor densidad poblacional del Cono Sur, donde el fenómeno de la televisión alternativa más se ha extendido, en el marco de una gran tradición en el desarrollo de medios alternativos, populares y comunitarios que contrasta en un mapa de medios de dominancia privado comercial y altamente concentrado (ver en Bresnahan, 2009 [citado en CNTV, 2012]; Villagra, 2011; Sáez Baeza, 2013 y 2018; Vinelli, 2014; Cea Varas, 2015; Monje & Rivero, 2018b; Segura & otros, 2018; para ver el nivel de concentración de la industria infocomunicacional en América Latina, consultar Becerra & Mastrini, 2017).

Pese a esto, las televisoras alternativas se han organizado en ambos países en redes específicas para el soporte: la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CONTA), el Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias (actualmente disuelto) en Argentina, y la Asociación de Canales Comunitarios de Chile (antes Red de Televisoras Comunitarias y Populares RTP), o han integrado redes de medios más generales, es decir, que involucran otros soportes (FARCO, RNMA, AMARC, Red de Medios de los Pueblos). En los dos países se realizaron (pocos) concursos, por lo que algunas emisoras comunitarias lograron comenzar el proceso de digitalización e iniciaron las transmisiones en televisión digital terrestre. En cambio, en el tercer país del Cono Sur, Uruguay, las televisoras comunitarias no lograron presentarse a concurso, quedando legalizado únicamente el canal de la central obrera PIT-CNT, que a la fecha tampoco logró dar inicio a sus transmisiones (Robledo, 2019); mientras que el Canal 2 de Lezica, la TV del Carmen en Piedras Blancas y el colectivo de televisión participativa Árbol dejaron de transmitir o mutaron en productoras audiovisuales (es decir que en la actualidad ninguna emisora comunitaria emite con regularidad en ese país, ni en analógico ni en digital).

Por otra parte, tanto Argentina como Chile se encuentran en plena transición digital, aunque sus resultados son más lentos que los pautados inicialmente. La ley argentina de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 es de 2009, así como el decreto 1148 mediante el cual se creó el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T). La ley 20.750 de introducción de la televisión digital en Chile es de 2014, y el decreto 167 que establece el Plan de Televisión Digital (Plan TVD) se aprobó en 2015. Sin embargo, el primer país prorrogó el apagón analógico fijado originalmente en 2019 para 2021 mediante el decreto 173/2019, a los efectos de permitir el desarrollo políticas que incentiven la culminación exitosa del proceso de migración; en tanto que el segundo lo estableció para 2020, aunque el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) reconoció que el proceso de migración no cumplió con las metas esperadas (la última cifra disponible indica que la migración de analógica a digital es de 14,1 por ciento del total de antenas transmisoras),<sup>40</sup> y finalmente la SUBTEL decretó la ampliación del plazo de digitalización por etapas, para garantizar un 80 por ciento de cobertura en 2022.

Además, las legislaciones de ambos países ordenan una reserva de espectro para los prestadores no lucrativos, pero esta reserva tiene distinto grado y alcance: en Argentina, la reserva es del 33 por ciento del espectro radioeléctrico para los prestadores privados sin fines

---

<sup>40</sup> Ver en <https://www.cntv.cl/delegacion-japonesa-llega-a-chile-para-impulsar-modelo-de-television/cntv/2019-01-15/163222.html>

de lucro, aunque –como ya delimitamos- esta categoría supera la definición de los medios alternativos, populares y comunitarios. En Chile, la reserva es del 40 por ciento del total de las concesiones disponibles, una vez terminada la transición de los actuales operadores, para las emisoras regionales, locales y locales comunitarias, y para aquellas de carácter nacional o regional que el CNTV califique como culturales o educativas. En este sentido, la redacción del artículo 50 de la ley 20.750 no es clara respecto a cuál es la reserva para los locales comunitarios, entendidos como personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro con presencia en una sola región, con un alcance efectivo menor al 25 por ciento de su población y con una cobertura inferior al 50 por ciento de las comunas (pueden ser concesionarios locales de carácter comunitario las juntas de vecinos, las organizaciones comunitarias, las comunidades agrícolas y las comunidades indígenas, entre otros).

Finalmente, los dos países cuentan con vías de fomento y financiamiento para el sector, pero con diferente alcance y ejecución. Todo esto impacta en el desarrollo de los canales, permitiendo comparar ambas experiencias para establecer principios y modelos generales, y dar cuenta de las estrategias de las emisoras para superar las barreras de entrada y lograr avanzar en la migración de analógico a digital.

### *3.3. Criterios para la selección de los casos*

Debido al pequeño tamaño del universo de canales alternativos, populares y comunitarios en Argentina y Chile, se decidió trabajar con un muestreo intencional de emisoras que recogiera diferentes trayectorias y que fuera representativo del tipo de proyectos televisivos y su grado de desarrollo general. Para seleccionar los casos integrantes de la muestra, primero se realizó una búsqueda panorámica de trabajos acerca del fenómeno publicada por los propios colectivos, sus redes, activistas de la comunicación o por investigadores e investigadoras que abordaran la problemática. La consulta en Chile con la especialista Chiara Sáez Baeza (Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile), y de los activistas e investigadores Juan Ortega (Eco Educación y Comunicaciones) y José Robredo Hormazábal (Poder Ciudadano, actualmente Partido Comunes), fue fundamental para conocer mejor a los actores y actrices clave de ese país.

Los criterios de selección en ambos lados de la Cordillera fueron: televisoras en abierto que emitan con regularidad, que posean estudios propios, que mantengan una grilla de programación estable y que participen en coordinaciones o espacios más amplios de reunión

del sector de medios alternativos, populares o comunitarios. El período de tiempo inicialmente abarcaba el segundo y tercer lustro de los 2000; sin embargo esto tuvo que ser modificado a medida que conocíamos con mayor profundidad el fenómeno y sus hitos. Un cierre en 2015 dejaba afuera las primeras concesiones locales de carácter comunitario otorgadas en Chile, en tanto que en Argentina implicaba desconocer cambios importantes en el escenario político y normativo. Por este motivo, el período se amplió desde los debates iniciáticos alrededor de la ley audiovisual argentina hasta 2018, año en que el CNTV adjudicó las primeras licencias a televisoras alternativas y comunitarias en ese país.

En nuestro país se trabajó con ocho emisoras siguiendo criterios de distribución geográfica, redes de pertenencia, situación legal, si emite a través de planta transmisora propia o de terceros y grado de digitalización. Se trata de PAREStv (Luján, provincia de Buenos Aires), Canal 4 Mar de Ajó (Partido de la Costa, Buenos Aires), Barricada TV (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Urbana Tevé (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Antena Negra TV (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Canal 9 PROA Centro (Cura Brochero, Córdoba), ENTV (Viedma, Río Negro) y Giramundo TV (Guaymallén, Mendoza). De estos canales, tres se ubican en el área metropolitana de Buenos Aires, dos en la región pampeana, uno en la región centro, uno en la región cuyana y uno en la región patagónica. Cuatro poseen licencia en televisión digital abierta adjudicada mediante concurso público de antecedentes, dos tienen autorización precaria para transmitir en analógico y dos carecen de títulos legales. De estas últimas, una dejó de emitir en el curso del período investigado, tras sufrir dos allanamientos y el decomiso de su transmisor.

De los ocho casos, tres poseen planta transmisora digital propia, y dos de ellos se encuentran habilitados por el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM). Estos tres prestadores proporcionan servicios como licenciatarios operadores, siguiendo la tipificación del Plan Nacional de Servicios de Comunicación Audiovisual Digitales aprobado mediante el decreto 2456/2014. Esto significa que son los responsables por la multiplexación de las señales y el acarreo de la propia y de terceros. Mientras que uno presta servicios como licenciatario a secas, lo que significa que debe llegar a la planta de un operador para poner su señal en el aire. Los otros dos operadores no tienen licenciatarios vinculados asignados para la multiplexación.

Dos se formaron antes de la sanción de la ley 26.522, aunque comenzaron las emisiones regulares con posterioridad, en tanto que los seis restantes son posteriores a su aprobación. De estos, uno emitió de manera irregular en analógico y luego comenzó a emitir en digital una vez concursado, pero está vinculado con una radio comunitaria con 20 años de trayectoria. Siete de las ocho televisoras comenzaron sus transmisiones con tecnología analógica, en tanto que una

comenzó a emitir directamente en digital, y al cierre de la investigación se encontraba terminando de poner a punto el esquema de salida. Cuatro se encuentran digitalizadas: tres con licencia y una con papeles precarios. Una llegó a transmitir sin papeles en digital, otra –con licencia- se encuentra en proceso de digitalización, y dos aún emiten con tecnología analógica y analizan las maneras y los tiempos del tránsito a digital.

Finalmente, de los ocho casos seleccionados para conformar la muestra seis pertenecen a la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CONTA), uno a la Federación Argentina de Radiodifusión Comunitaria (FARCO) y uno a la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA), aunque los trayectos previos fueron disímiles: uno perteneció al disuelto Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias; dos integraron la RNMA, uno FARCO y cuatro la Asociación Argentina de Teledifusoras Pyme y Comunitaria (AATECO), aunque de ellos sólo uno mantiene actualmente la membresía.

El trabajo de campo para las experiencias de Argentina se realizó entre los últimos meses de 2017 y los primeros de 2018, e incluyó el recorrido de los canales y las entrevistas a los actores y actrices clave de las experiencias seleccionadas. En el caso chileno, el trabajo de campo fue intenso y se concentró durante el mes de julio de 2018, cuando se visitaron los canales y se realizaron las entrevistas en profundidad a sus impulsores e impulsoras. Las televisoras chilenas seleccionadas de acuerdo con los criterios fijados para la muestra son seis: Señal 3 La Victoria (Santiago de Chile), Canal 8 de Peñalolén (Santiago de Chile), ÚneteV (provincia de Talagante), Pichulemu TV (Pichilemu, provincia de Cardenal Caro), El 3 de Conce (provincia de Concepción), y Challa TV (Arica).

De estas seis emisoras, tres están ubicadas en la Región Metropolitana de Santiago (dos en la provincia de Santiago y una en la provincia de Talagante); una pertenece a la región de Libertador General Bernardo O'Higgins, una a la región de Biobío y una a la región de Arica y Parinacota, en el norte del país. Todas integran la Asociación de Canales Comunitarios de Chile (antes RTP). Una logró digitalizar su planta transmisora entre fines de 2018 y principios de 2019, tres se encuentran iniciando el proceso de digitalización mientras continúan sus emisiones en analógico; y dos emiten sólo en analógico, aunque de ellas una logró realizar previamente algunas pruebas experimentales en digital con un transmisor artesanal.

De las seis emisoras, cuatro obtuvieron concesiones digitales de cobertura local con carácter comunitario en enero de 2018. Al igual que los casos argentinos, se trata de un hecho único e inédito en la historia de la TV chilena. El proceso de postulación comenzó en marzo de 2017, instancia donde los interesados presentaron sus carpetas técnicas, jurídicas y de contenidos y especificaron el tipo de concesión a la que querían postular: nacional, regional,

local o local de carácter comunitario. Una de las seis emisoras, pese a postularse, no logró la concesión y continua sus transmisiones analógicas sin resguardo legal mientras prepara una nueva postulación.

Finalmente, tres de los seis canales surgieron previo a los debates que llevaron a la aprobación de la ley 20.750, y llevaban para entonces entre 17 y 7 años de funcionamiento (las televisoras más antiguas tienen 22 y 18 años en el aire). Dos nacieron posteriormente a la sanción de la ley y comenzaron a transmitir directo en digital, y el sexto –si bien surge en el contexto de las postulaciones para lograr la adjudicación de una concesión-, está integrado por experiencias anteriores, que venían transmitiendo con diferente grado de regularidad.

En total, para ambos países, se realizaron tres entrevistas de contexto (dos presenciales y una de ida y vuelta de manera electrónica) para organizar la toma de la muestra, y 18 entrevistas en profundidad a fuentes de primera mano que son impulsoras de las experiencias. Estas se realizaron con un cuestionario guía semi dirigido enfocado en tres dimensiones de análisis, sus principios teóricos y variables, destinado a obtener datos que nos permitieron profundizar, explicar y comparar, estableciendo las relaciones más amplias entre el proyecto y la formación social. Debido a la participación de quien realiza esta tesis en uno de los canales analizados, se optó en este caso por realizar la entrevista no de manera presencial sino electrónica, a fin de reducir al mínimo el sesgo y favorecer la espontaneidad en las respuestas.

En los casos en que las organizaciones de medios definieron brindar las entrevistas de manera colectiva, se decidió completar los cuestionarios entre más de una persona, consignando en cada caso de quien se trata. También se mantuvieron contactos posteriores de chequeo de la información, a medida que los datos se fueron volcando durante la redacción de la investigación. Las entrevistas con fuentes clave son las siguientes:

1. Diego Gusmerini, director de PAREStv, Argentina
2. Daniel Vidal, director Canal 4 de Mar de Ajó, Argentina
3. Luciana Lavila, responsable de diseño de programación Barricada TV, Argentina
4. Lucía Maccagno, responsable de administración Barricada TV, Argentina
5. Milcíades Peña, director Urbana Tevé, Argentina
6. Ezequiel Medone, integrante Antena Negra TV, Argentina
7. Jorge Rey, director Canal 9 Proa Centro, Argentina
8. Silvana Iovana, integrante Giramudo TV, Argentina
9. Cristina Cabral, integrante ENTV, Argentina
10. Luis “Polo” Lillo, director Señal 3 La Victoria, Chile

11. Paula Gálvez Díaz, directora Pichilemu TV, Chile
12. José Miguel Garrido, integrante Challa TV, Chile
13. Carlos León, integrante Canal 8 Peñalolén, Chile
14. Manuel Madariaga, integrante Canal 8 Peñalolén, Chile
15. Adrián Leal, integrante Únetev (ex Talagante TV), Chile
16. Florentino Valenzuela, integrante Únetev (ex Oveja TV), Chile
17. Esteban Cáceres, integrante Únetev, Chile
18. Javier Ignacio Romero Tapia, director El 3 de Conce, Chile

### *3.4. Dimensiones y variables de análisis*

Para dar cuenta de las condiciones de posibilidad de la televisión alternativa en el contexto de la transición digital, trabajamos sobre tres dimensiones de análisis. Éstas son la *política, institucional y social* (reunimos en un mismo ámbito aspectos que en ocasiones se estudian por separado); la *administrativa, económica y de funcionamiento* (ídem anterior), y la *tecnológica*. Obviamente no se trata de constructos separados con fronteras claras, ya que en varios aspectos las dimensiones se entrecruzan, pero a los fines analíticos es necesario distinguirlas para un mejor abordaje.<sup>41</sup> Estas dimensiones nos permiten dar cuenta de las estrategias, modelos y formas de funcionamiento puestas en práctica por las emisoras para sostener sus proyectos en el marco de las condiciones de producción sobre las que operan: leyes, políticas de fomento, desarrollo de la tecnología digital, fortaleza / debilidad del sector, niveles de incidencia, grado de concentración del mapa de medios.

Cada una de estas dimensiones tiene sus principios teóricos y variables de análisis, a saber:

1. **Dimensión política, institucional y social:** Comprende las nociones acerca de la identidad de la emisora, sus objetivos en la comunicación y en la política; la identificación sociocultural de los emisores y emisoras; sus modos de intervención; hitos; encuadre asociativo; las articulaciones con otras organizaciones sociales y

---

<sup>41</sup> Como ya señalamos, no trabajaremos las dimensiones que hacen a los contenidos y lógicas de programación de las emisoras, ni la dimensión vinculada al estudio de audiencias, ya que el foco de nuestro interés está puesto exclusivamente en la producción.

medios; el vínculo con la comunidad y la inserción en el territorio. Las relaciones políticas, las relaciones con el Estado y la valoración del marco regulatorio.

2. **Dimensión administrativa, económica y de funcionamiento:** Comprende la gestión del medio, su estructura organizacional, las herramientas desde las que se funciona, la atención legal y contable, las formas de trabajo (voluntariado, militancias, rentados). También comprende los niveles de formalización de los procesos de gestión, las estrategias para la obtención de recursos y la valoración del impacto de las políticas públicas de fomento.
3. **Dimensión tecnológica:** Comprende la relación con las tecnologías, el tipo de tecnología adoptada y los criterios para su selección; los niveles de conocimiento acerca del despliegue de la TDT; el vínculo formado con los proveedores, las decisiones y tiempos de incorporación de tecnología digital, con sus obstáculos y oportunidades. Las características de la emisión, planta transmisora, equipamiento de piso y control, la apropiación tecnológica y la socialización de saberes.

El instrumento principal para la recolección de datos es el cuestionario en el marco de la entrevista en profundidad semi dirigida con quienes impulsan las experiencias a ambos lados de la Cordillera. Los principios teóricos y variables de análisis se traducen en un cuestionario guía, manera de recoger información y valoraciones o interpretaciones que los sujetos hacen del proceso, como forma de explicación. Las dimensiones se abordan de la siguiente manera:

FIGURA 1. Instrumento de recolección de datos

| DIMENSIÓN POLÍTICA INSTITUCIONAL SOCIAL                     |                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PRINCIPIOS TEORICOS                                         | VARIABLES DE ANALISIS                                                                                                                                                                   |
| Nociones acerca de la identidad                             | Alternativos, populares, comunitarios, otros, de acuerdo a entrevistas y documentos<br>Diferencias con los medios tradicionales<br>Modelos inspiradores                                 |
| Objetivos de la emisora                                     | Objetivos políticos expresados en documentos y entrevistas<br>Objetivos comunicacionales expresados en documentos y entrevistas                                                         |
| Encuadre asociativo                                         | Herramientas elegidas para funcionar:<br>personería jurídica                                                                                                                            |
| Encuadre legal                                              | Nivel de legalización: Títulos, permisos, licencia, ausencia de papeles                                                                                                                 |
| Identificación sociocultural de los/as emisores/as          | Perfil de los integrantes<br>Forma en que se sumaron al medio<br>Niveles de formación alcanzados<br>Nociones que se manejan: trabajadores/<br>Comunicadores/as, Periodistas, Militantes |
| Articulaciones, modo de intervención y relaciones políticas | Tipo de vínculo con organizaciones políticas y sociales<br>Gravitación de la inserción comunitaria<br>Convenios con instituciones                                                       |
| Historia                                                    | Principales hitos en la historia de la emisora                                                                                                                                          |
| Estrategias de legalización                                 | Tipo de relación con el Estado según las entrevistas<br>Tipo de relación con la comunidad según las entrevistas<br>Relación con el sector de medios comunitarios                        |

|                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Barreras de entrada para el ingreso de las televisoras del sector social comunitario al sistema de medios | <p>Valoración de obstáculos para el reconocimiento legal</p> <p>Procedimientos administrativos para la obtención de licencias</p> <p>Tecnología de emisión</p> <p>Dificultades de sostenibilidad económica</p>                                                                                                                             |
| <b>DIMENSIÓN DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA, ECONÓMICA Y DE FUNCIONAMIENTO</b>                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Gestión                                                                                                   | <p>Nivel de formalización de los procesos de gestión</p> <p>Forma de organización y criterios acordados para la toma de decisiones</p> <p>División en áreas, tipo de tareas y personas destinadas a la atención exclusiva de cada área</p>                                                                                                 |
| Tipo de estructura organizacional                                                                         | <p>Nivel de formalización del área administrativa: existe un área específica, ausencia, “todos hacen todo”</p> <p>Nivel de formalización legal y contable</p>                                                                                                                                                                              |
| Profesionalización                                                                                        | <p>Nivel de profesionalización: Rentas, retiros, salarios, trabajo voluntario o militante</p> <p>Nociones acerca del trabajo</p>                                                                                                                                                                                                           |
| Sostenibilidad económica                                                                                  | <p>Niveles de diversidad en las fuentes de ingresos: Subsidios, políticas de fomento, Cooperación internacional, Donaciones de la comunidad, Publicidad estatal y/o privada, Venta de servicios Cotizaciones, Otros</p> <p>Relación entre ingresos y gastos fijos de la emisora: salarios, alquileres, servicios, mantenimiento, otros</p> |

| DIMENSIÓN TECNOLÓGICA         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relación con las tecnologías  | <p>Niveles de digitalización alcanzados: Equipos de transmisión, Equipos de línea de control, Equipos de registro y realización</p> <p>Nivel de formalización del área técnica/ausencia de área técnica/ “todos hacen todo”</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Gestión del área técnica      | <p>“Todos hacen todo”, especialización, tareas que desarrollan, niveles de formación de las personas con acceso al equipamiento, saberes previos, socialización de saberes, Criterios acordados para la incorporación de tecnología</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Arquitectura televisiva       | <p>Niveles de artesanidad/profesionalización de la infraestructura y estudios. Estudio propio, alquilado, comodato, características generales, set y decorados, iluminación</p> <p>Relación entre digitalización y desarrollo escenográfico</p>                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Estrategias de digitalización | <p>Tipo de relación con el Estado: fomento, capacitación, asesoría, ninguna</p> <p>Nivel de conocimiento general acerca de la tecnología digital</p> <p>Tipo de relación con proveedores según las entrevistas</p> <p>Modelos inspiradores</p> <p>Criterios acordados para la migración</p> <p>Obstáculos para la migración</p> <p>Fortalezas de la migración</p> <p>Oportunidades detectadas para la apropiación de tecnología</p> <p>Cambios en la práctica / objetivos de la emisora a partir de la migración digital</p> |

### 3.5. Ficha Técnica

A continuación se detallan los datos básicos de las televisoras seleccionadas para la muestra en los dos países. Estos contienen el nombre de la emisora, el logo, razón social, su encuadre legal, ubicación de estudios y planta transmisora, señal, modalidad (en los casos de emisión en digital), redes de pertenencia, redes sociales y/o sitio en Internet.

#### 3.5.1. Las televisoras argentinas

**Nombre de fantasía: PAREStv**

Razón social: Cooperativa de Trabajo Pares

Señal: 32.1 digital

Modalidad: Licenciatario Operador

Ubicación: Luján, provincia de Buenos Aires

Encuadre legal: Licencia en Televisión Digital Abierta; antes, Autorización Precaria

Redes de pertenencia: CONTA

Redes sociales y/o sitio en Internet: <http://www.parestv.com.ar/>



**Nombre de fantasía: Canal 4 de Mar de Ajó**

Razón social: Cooperativa de Trabajo PPR

Señal: Canal 4 analógico

Modalidad: -

Ubicación: Mar de Ajó, Partido de la Costa, provincia de Buenos Aires

Encuadre legal: Autorización Precaria

Redes de pertenencia: CONTA

Redes sociales y/o sitio en Internet: <https://www.facebook.com/canal4mardeajo/>



**Nombre de fantasía: Barricada TV**

Razón social: Asociación Civil Trabajo  
Educación y Cultura

Señal: 32.1 digital

Modalidad: Licenciatario Operador

Ubicación: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Encuadre legal: Licencia en Televisión Digital Abierta; antes, Autorización Precaria

Redes de pertenencia: CONTA

Redes sociales y/o sitio en Internet: <https://www.barricadatv.org/>



**Nombre de fantasía: Urbana TeVé**

Razón social: Asociación Civil Centro De  
Rehabilitación y Capacitación San Martín de  
Residentes Salteños

Señal: 32.2 digital

Modalidad: Licenciatario vinculado

Ubicación: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Encuadre legal: Licencia en Televisión Digital  
Abierta; antes, Autorización Precaria

Redes de pertenencia: CONTA

Redes sociales y/o sitio en Internet: <https://www.facebook.com/Urbanateveoficial>



**Nombre de fantasía: Antena Negra TV**

Razón social: Cooperativa Antena Negra

Señal: 20.1 digital (decomisado)

Modalidad: Operador

Ubicación: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Encuadre legal: Sin papeles

Redes de pertenencia: RNMA

Redes sociales y/o sitio en Internet: <https://www.facebook.com/AntenaNegraTv/>



**Nombre de fantasía: PROA Centro TV Canal 9**

Razón social: Centro de Producción, Investigación y Capacitación Audiovisual, Editorial y Gráfico PROA CENTRO Asociación Civil

Señal: Canal 9

Modalidad: -

Ubicación: Villa Cura Brochero, provincia de Córdoba

Encuadre legal: Autorización Precaria

Redes de pertenencia: CONTA, AATECO

Redes sociales y/o sitio en Internet: <https://www.facebook.com/Canal-9-Proa-Centro>



**Nombre de fantasía: Giramundo TV**

Razón social: Asociación Civil El Mundo Desde Abajito

Señal: Canal 34 analógico

Modalidad: -

Ubicación: Guaymallén, provincia de Mendoza

Encuadre legal: Sin papeles

Redes de pertenencia: CONTA

Redes sociales y/o sitio en Internet: <https://www.facebook.com/Giramundo-TV-Comunitaria>



**Nombre de fantasía: ENTV**

Razón social: Fundación Alternativa Popular en Comunicación Social

Señal: 31.1 digital

Modalidad: Licenciatarario operador

Ubicación: Viedma, provincia de Río Negro

Encuadre legal: Licencia en TDA

Redes de pertenencia: Farco

Redes sociales y/o sitio en Internet:

<http://www.entv.org.ar/>



### 3.5.2. Las televisoras chilenas

**Nombre de fantasía: Señal 3 La Victoria**

Razón social: Agrupación Audiovisualista Señal 3 La Victoria

Señal: 47 digital, 3 analógico

Modalidad: Operador

Ubicación: Población La Victoria, Santiago de Chile

Encuadre legal: Licencia Local de Carácter Comunitario

Redes de pertenencia: Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile

Redes sociales y/o sitio en Internet: <http://canal3lavictoria.cl/>



**Nombre de fantasía: Pichilemu TV**

Razón social: Agrupación de Audiovisualistas de Pichilemu

Señal: 50 digital, canal 3 analógico

Modalidad: Operador

Ubicación: Pichilemu, región de O'Higgins

Encuadre legal: Concesión Local de Carácter Comunitario

Redes de pertenencia: Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile

Redes sociales y/o sitio en Internet: <https://pichilemutv.org/>



**Nombre de fantasía: Únetev**

Razón social: Centro para el Desarrollo Comunal

Señal: 42 digital

Modalidad: Operador

Ubicación: provincia de Talagante, Región

Metropolitana de Santiago

Encuadre legal: Concesión Local de Carácter

Comunitario

Redes de pertenencia: Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile

Redes sociales y/o sitio en Internet: <http://www.unetev.cl/>



**Nombre de fantasía: TV8 Peñalolén**

Razón social: Centro Cultural Comunicacional TV8 Peñalolén

Señal: Canal 8 analógico

Modalidad: -

Ubicación: Población Peñalolén, Santiago de Chile

Encuadre legal: Sin papeles

Redes de pertenencia: Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile

Redes sociales y/o sitio en Internet: <https://www.facebook.com/canal.penalolen/>



**Nombre de fantasía: El 3 de Conce**

Razón social: Asociación Audiovisual Digital “El 3 de Conce”

Señal: Canal 3 analógico

Modalidad: -

Ubicación: Barrio Norte, Concepción

Encuadre legal: Sin papeles

Redes de pertenencia: Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile

Redes sociales y/o sitio en Internet:

<https://www.facebook.com/el3deconce/>



**Nombre de fantasía: Challa TV**

Razón social: Red de Trabajadores/as Audiovisualistas Comunitarios

Señal: 47 digital

Modalidad: Operador

Ubicación: Arica

Encuadre legal: Concesión Local de Carácter Comunitario

Redes de pertenencia: Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile

Redes sociales y/o sitio en Internet: <https://challatv.cl/>



## 4. Argentina

### 4.1. La televisión en el sistema de medios

El mapa mediático en la Argentina registra el predominio de empresas privadas comerciales con alto nivel de concentración en la propiedad, contenidos, infraestructura, audiencias e ingresos por pauta publicitaria oficial y privada. La televisión pública tiene poca recepción entre las audiencias, y es en los hechos una televisión gubernamental. El sistema está fuertemente centralizado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), donde los canales “nacionales” producen información y entretenimiento que se replica a través de los canales de aire y de la grilla de las operadoras de pago en todas las provincias del país, afectando una mirada federal y opacando las realidades locales y regionales (Becerra & Mastrini, 2017).

En televisión abierta y por suscripción, estos índices de concentración del mercado son incluso mayores que en medios gráficos y radiales. De acuerdo con los datos reunidos por Becerra & Mastrini (2017), los dos principales canales abiertos con sede en CABA (Telefé, de la norteamericana Viacom, y Canal 13, del grupo local Clarín) concentran más del 65 por ciento de la audiencia, y los cuatro primeros el 92,2 (Telefé, Canal 13, Canal 9 y América TV). En tanto que las cuatro cableoperadoras más grandes del país entre 800 (Cablevisión, DirecTV, Supercanal y Telecentro) alcanzan el 84 por ciento de los abonados, en el marco de un nivel de penetración de la televisión de pago del 78 por ciento, con más de 11 millones de hogares suscriptos, el más alto de América Latina en 2018 (Business Bureau, 2018).

En este escenario, desde una posición de extrema desigualdad, se abre paso un puñado de televisoras alternativas. Algunas tienen licencia en televisión digital abierta, en un hecho inédito para la radiodifusión en el país; otras emiten en analógico mientras precariamente inician la transición a digital. Los niveles de concentración de grupos multimedios significan para este sector importantes barreras de entrada al sistema de medios, que es el más débil de la comunicación debido a su larga proscripción legal hasta la sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y, derivado de lo anterior, a las dificultades históricas para encarar estrategias económicas capaces de alcanzar la sustentabilidad en el contexto de un mercado que deja muy poco espacio para la diversidad de operadores.

Los niveles de concentración, además, se vienen profundizando desde la asunción a la presidencia de Mauricio Macri. Decretos y resoluciones hechos a medida de los intereses del mercado, cierre de medios, despidos, precariedad laboral y concentración de la pauta (SIPREBA, 2017; Espada & Marino 2018a, 2018b y 2018c) levantaron muros mucho más altos para el ingreso de actores más chicos al mapa de la comunicación. La derogación mediante decreto de necesidad y urgencia 267/2015 de algunos de los artículos de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y de la ley Argentina Digital en el curso del primer mes de su mandato, permitió la creación del Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), un organismo regulatorio gubernamentalizado y dependiente del Poder Ejecutivo que unificó las anteriores Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (AFTIC).

Ese DNU también flexibilizó los topes a la cantidad de licencias de radio y televisión, eliminó las restricciones a la propiedad cruzada (entre cableoperadores y telecomunicaciones, y entre canales de TV y cableoperadores)<sup>42</sup> y recategorizó la televisión de pago como servicios de tecnologías de la información y la comunicación (Servicios TIC), equiparándolos con empresas de telecomunicaciones. Después, el ENACOM avaló mediante la resolución 5644/17 la fusión entre Cablevisión (cuyo accionista mayoritario es el Grupo Clarín) y la empresa de telecomunicaciones Telecom, estructurando un panorama regulatorio especialmente favorable para los grandes jugadores concentrados. Es la fusión más grande en la historia de las comunicaciones en este país.

Clarín es el mayor grupo de medios de la Argentina en ingresos y cobertura territorial. Tiene poder para fijar agenda y lazos políticos con el Poder Ejecutivo, que se manifiestan en una política de comunicación impulsada por el gobierno de Macri hecha a su medida, luego de sostener un enfrentamiento muy fuerte con los gobiernos kirchneristas y especialmente con los de Cristina Fernández de Kirchner. El grupo es líder en casi todas las actividades, y es el único con presencia en todas ellas: televisión abierta, televisión de pago, derechos de exhibición de contenidos de interés público, radios AM y FM, diarios, revistas, Internet.

Según el reciente monitoreo de medios realizado por Reporteros Sin Fronteras y el diario Tiempo Argentino, un indicador de propiedad cruzada arroja que, como mínimo, el

---

<sup>42</sup> “Las modificaciones del decreto aumentan los topes sobre máximos de licencias de 10 a 15 para radio y televisión abierta, los elimina en cable (de un tope de 24 localidades, se amplió a las casi 2200 de la totalidad del territorio nacional) y suspenden las restricciones de propiedad cruzada. Así contraría los estándares más consolidados de la región en cuanto a reglas antimonopólicas y límites a la entrada de prestadores que ya ostentan preponderancias en mercados vinculados”. (Loreti, De Charras & Lozano, 2016: 5)

conglomerado Clarín supera el 25 por ciento de todos los consumos informativos (RSF & Tiempo Argentino, 2019). Con la sociedad entre su cableoperadora y Telecom, el Grupo Clarín consolida su posición dominante, sumando producción de contenidos, telefonía fija y móvil, redes y transporte de datos, y pasa a ser uno de los tres grupos empresariales más grandes de la economía argentina.

De acuerdo con Martín Becerra (2019),

El activo respaldo de la gestión Macri a la hiperconcentración de la industria, lubricando con la producción regulatoria de decretos la expansión del Grupo Clarín al sector de las telecomunicaciones con la fusión Cablevisión Telecom, es uno de los puntos salientes del período, ya que en la Argentina Clarín logró con Macri un nivel de dominio tan vasto de mercados [...], que no tiene ningún otro grupo en América Latina. (Becerra, 2019)<sup>43</sup>

Según RSF & Tiempo Argentino (2019), El Trece (Canal 13) es la segunda emisora de TV abierta con mayor audiencia. La extranjera Viacom, a cargo de Telefé, es la primera. En televisión abierta, el Grupo Clarín (a través de Artear) está presente en el interior del país a través de tres canales propios: Canal Doce de Córdoba, Canal Siete de Bahía Blanca y Canal Seis de Bariloche, en tanto que El Trece es la cabecera nacional. Además, se suman cinco canales repetidores de su programación: Canal 10 de Tucumán, Canal 10 de Mar del Plata, Canal 9 Litoral, Canal 9 de Resistencia y Canal 10 de Río Negro. También las señales TN, Canal Rural, Volver, Metro, Magazine, Quiero Música, TyCSports y Canal (á); y las productoras de contenidos audiovisuales Polka y Patagonik.

Viacom también es propietaria de “ocho señales y varias repetidoras, y es la productora de contenidos audiovisuales más grande de la Argentina, generando 5.100 horas de contenidos por año” (RSF & Tiempo Argentino, 2019: 16). La empresa de capitales norteamericanos es

la dueña de Televisión Federal (Telefe), que es la empresa que explota la licencia de Canal 11 de Buenos Aires (con estudios en el Área Metropolitana de Buenos Aires) y de ocho canales en el resto del territorio argentino: 8 de Córdoba, 5 de Rosario, 8 de Mar del Plata, 9 Bahía Blanca, 7 Neuquén, 11 de Salta, 13 de Santa Fe, 8 de Tucumán, además de

---

<sup>43</sup> “Muy lejos de la omnipresencia del Grupo Clarín, otros conglomerados de importancia reducida, tanto a nivel geográfico como en su propiedad cruzada de medios, son el Grupo América (ex Grupo UNO) que, desde que vendió su empresa de tv por cable (Supercanal) en 2018 y redujo su participación en el mercado de prensa impresa, se centra en tv abierta y radio; o el Grupo Indalo, con intereses en radio, tv y prensa aunque su estabilidad se halla seriamente comprometida por la investigación judicial que pesa sobre sus dueños, presos al momento de editarse este trabajo. El resto de los grupos son más pequeños o bien abocados principalmente a una actividad, lo que constituye procesos de concentración horizontal que son parciales frente a la extensión alcanzada por el Grupo Clarín” (RSF & Tiempo Argentino, 2019: 8).

repetidoras como Canal 9 de Mendoza, Canal 11 de Formosa y Canal 13 de Río Cuarto”. (RSF & Tiempo Argentino, 2019)<sup>44</sup>

Después de Telefé y El Trece, ambas emisoras en abierto, el tercero con mayor audiencia es el grupo estadounidense Time Warner (Turner-HBO), con sus señales de pago TNT Series, Cartoon Network y CNN Internacional. El cuarto en audiencias es el Grupo América (América TV y A24), de propiedad local (Vila-Manzano). En cambio, la televisión digital abierta (TDA) no alcanza todavía niveles significativos de audiencia. Pese a las promesas de democratización que traía aparejada, la escasa oferta de canales, sumada al desfinanciamiento y a las particularidades de una tecnología que impide toda recepción en zonas de sombra (a diferencia de la tecnología analógica, la recepción es perfecta o nula en caso de interferencias), hace que la tasa de encendido siga siendo baja 10 años después de la adopción de la norma ISDB-T.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017, una iniciativa del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA), dependiente de la Secretaría de Cultura de la Nación, el 95,8 por ciento de los argentinos y las argentinas de todos los niveles socioeconómicos y franjas etarias miró televisión en el último año, constituyendo el soporte más extendido en el país. Sin embargo, son pocos quienes lo hicieron a través de la televisión de aire y menos aún a través de la televisión digital: en 2017, el 73,2 por ciento lo hacía mediante el cable, contra el 20,8 de la televisión abierta analógica, el 10,2 de la TV satelital y el 5 de la TDA, con datos correspondientes televisores con decodificador digital incorporado. Si se toma la variable edad, el porcentaje de consumo de la TV analógica es más alto en personas mayores de 65 años, en tanto que la TDA sube al 6,2 por ciento en la franja 12 a 17, y al 6,5 en la que va de los 18 a los 29 años.<sup>45</sup>

La TDA tiene incluso menor penetración en los sectores bajos (2,8) y medios (4,4), contra el medio (6) y el medio alto (6,2); esto a pesar de las políticas de inclusión que se impulsaron desde la creación del Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital

---

<sup>44</sup> “Las emisoras de TV con mayores audiencias son mayormente extranjeras (Viacom posee la red más grande, y las señales de Turner y Fox se hallan entre las más sintonizadas), con la excepción de la red con cabecera en El Trece, canal de Clarín; los sitios de noticias en Internet siguen un podio encabezado por el portal Infobae (Grupo Infobae), Clarín y La Nación; en prensa impresa Grupo Clarín y sus medios La Voz del Interior (Córdoba) y Los Andes (Mendoza), lideran cómodamente un mercado en decadencia en el que también destacan La Nación y Diario Popular; la radio es, por su parte, el medio que registra mayor cantidad de propietarios pero niveles de concentración de las audiencias igualmente elevados, ya que pocos grupos (Clarín, América, Indalo, Cadena 3) acaparan, a través de sus múltiples emisoras y repetidoras, la atención de los argentinos”. (RSF & Tiempo Argentino, 2019: 8)

<sup>45</sup> Los datos están disponibles en <https://encuestadeconsumo.SINCA.gob.ar>

Terrestre (nos detenemos en esto más adelante). Otro dato interesante publicado con la encuesta del SINCA surge cuando se proyecta la variable región geográfica, que pone a la cabeza en consumo de TV analógica a la provincia de Buenos Aires (32,5), seguido por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (12,8) y la región de Cuyo (17), en tanto la Patagonia tiene el porcentaje más bajo (2,3). Llevado a la TDA, el consumo es de 7 por ciento en Buenos Aires, 5,1 en la Ciudad y 4 en Cuyo.

Debido al apagón, nombre con el que se conoce el cese de las emisiones analógicas, el público de la televisión analógica deberá migrar a la digital para poder seguir consumiendo televisión abierta. Sin embargo, como se señaló al principio, la penetración de la televisión de pago o por suscripción es una limitante importante: históricamente, la televisión abierta tuvo un desarrollo centralizado en Buenos Aires, y en consecuencia

una expansión lenta y tardía hacia el resto de las provincias. Los canales de la capital argentina con producción estadounidense colonizaron desde la década del 60 la producción audiovisual nacional (Bulla, 2005). Esto originó el desarrollo de la televisión por cable que tuvo como primer modelo el circuito cerrado-comunitario de distribución de señales y contenidos allí donde el Estado no había desarrollado la televisión abierta. Luego, el auge de capitales transnacionales produjo la expansión de este servicio que se impuso como la principal forma de acceso a contenidos televisivos en la Argentina (Marino, 2017). (Segura, Linares & otros, 2018: 96-97)<sup>46</sup>

Durante el período estudiado (2008-2018) funcionaban en TDA unas 15 señales nacionales, que en 2019 llegaron a 16, en los canales digitales 22, 23, 24 y 25 asignados a Radio y Televisión Argentina (RTA). Todas ellas operadas por ARSAT, la empresa de telecomunicaciones del Estado Argentino, con transmisores de la compañía multinacional japonesa NEC (del Grupo Sumitomo y NEC Group) y antenas emisoras ubicadas en distintos puntos del país y equipadas con transmisores NEC, transmisores de la compañía estadounidense de tecnología y defensa Harris, transmisores de la española Egatel y de dos fabricantes nacionales: Edinec y Liecom, ambos con sede en la provincia de Córdoba. De estas señales, siete son públicas, dos internacionales, una sindical sin fines de lucro y seis comerciales. A estas se suman cuatro señales móviles (one-seg).

En las distintas provincias del país se suman señales locales a la lista de las nacionales. Tomando las zonas donde operan las televisoras que componen la muestra de este estudio, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires, se agregan las señales

---

<sup>46</sup> Para un estudio en profundidad sobre el desarrollo de la televisión de cable en la Argentina, desde su masificación en la década de los 90, ver Santiago Marino, 2017.

espejo de los canales de televisión abierta, nuevos canales comerciales como LN+ y Net TV y –de acuerdo a la zona- la señal de la Universidad Nacional de La Plata, las emisoras comunitarias PAREStv, Barricada TV, Urbana Tevé y Comarca SI, y algunas señales de baja potencia que emiten en prueba o sin papeles.

En Córdoba, se suman El 12 (Grupo Clarín), Telefé, señales universitarias Cba24n de la UNC, Río Cuarto y Villa María, además de señales de baja potencia experimentales, entre las que se encuentra Proa Centro en Cura Brochero, próximo al encendido. En Mendoza, se agregan Canal 9 Televida (de Sigifredo Alonso, afiliado a Telefé), el público Acequia TV (operado por ARSAT), un canal dependiente de la Universidad Nacional de Cuyo, y América del Grupo Vila-Manzano. Y en Río Negro, finalmente, se agregan el Canal 6 (Clarín), Canal 10 (afiliado a El Trece) en General Roca, el canal mapuche Wallkintun en Bariloche y el comunitario ENTV (operado por Radio Encuentro) en Viedma.

No obstante, como se advierte, el encendido digital es muy bajo. Esto a pesar de que entre 2010 y 2015 se impulsaron varias políticas destinadas a la difusión e inclusión de la TDA, entre las que se destaca la resolución 104/2010 de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, que aprueba la secuencia de operaciones correspondientes al proceso de fabricación del decodificador integrado de señales de video codificadas (*Set Top Box*) en el marco del régimen especial hacia las empresas radicadas o a radicarse en la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur; y la resolución 7/2013 de la Secretaría de Comunicaciones del Ministerio de Planificación Federal, que fijó los lineamientos técnicos para el desarrollo de los televisores con receptor digital integrado, ensamblados para el mercado interno. Pero la ausencia de una adecuada política de comunicación también conspiró contra su uso. En un trabajo publicado en 2014 por la Universidad Nacional de Quilmes con el apoyo del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, Mastrini, Marino & otros ya identificaban como desafíos de cara al desarrollo de esta tecnología la promoción de las señales existentes, una política pública de generación de contenidos y pantallas de distribución, la difusión de la TDA y el diseño de modelos de sustentabilidad a través de alianzas público privado comunitarias (Mastrini, Marino & otros, 2014).

En síntesis: el sistema televisivo argentino está fuertemente centralizado en la capital del país y el área metropolitana y es de marcado sesgo privado comercial con grandes jugadores concentrados nacionales y extranjeros. Las emisoras públicas tienen baja recepción entre las audiencias; en tanto que las emisoras del Grupo Clarín y de Viacom son las que registran mayor medición. La tasa de consumo de la televisión de aire es baja frente a una penetración masiva de la televisión de pago, que se encuentra muy concentrada en cuatro cableoperadoras entre las

800 que funcionan en el país, algunas de ellas dependientes de cooperativas de servicios.<sup>47</sup> En este escenario, las televisoras comunitarias que logran acceder a la televisión digital deben enfrentar numerosas dificultades para sostener las propuestas en el aire de la TDA (adopción de tecnologías, sustentabilidad económica, producción de contenidos), en un marco de lento encendido primero y de un desfinanciamiento del despliegue después, con despidos, reducción presupuestaria y la paralización de muchos proyectos.

#### *4.2. Normativa y reconocimiento del sector comunitario*

La Argentina adoptó la norma japonesa, variante brasilera ISDB-T, a través del decreto 1148 de agosto de 2009 de creación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), y fijó el apagón analógico para 2019, prorrogado hasta 2021 de acuerdo con el decreto 173/2019. Con esta decisión quedaron atrás las indefiniciones acerca del estándar tecnológico a elegir, que se prolongaron por más de una década entre los modelos norteamericano, europeo y japonés (Krakowiak, Mastrini & Becerra, 2012), y se dio inicio al despliegue de la televisión digital terrestre siguiendo los pasos de Brasil, “de modo tal de alcanzar los beneficios de la economía de escala” en la fabricación del equipamiento y un posible impulso del desarrollo industrial y tecnológico nacional (decreto 1148, Considerandos).

Según Néstor Daniel González (2013), esta puesta en marcha no puede ser separada de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522, aprobada en el Congreso Nacional dos meses después. La ley SCA impuso límites a la concentración y reconoció a los prestadores privados sin fines de lucro, reservándoles el 33 por ciento del espectro radioeléctrico. De esta manera, los cambios en la tecnología funcionaban discursivamente como base material de la prometida democratización de la comunicación: la televisión digital se presentaba como una oportunidad para la multiplicación de las pantallas, debido a la mayor eficiencia que su aplicación supone al permitir más cantidad de canales con mejor calidad de imagen y sonido, y a la posibilidad de interacción entre el medio y sus públicos.

En 2010, el decreto 364 declaró de interés público la Plataforma Nacional de Televisión Digital Terrestre, y le indicó a la empresa estatal ARSAT (Empresa Argentina de Soluciones Satelitales Sociedad Anónima, creada mediante ley 26.092), llevar adelante las acciones

---

<sup>47</sup> Sobre televisión cooperativa, ver Monje & Rivero, 2018b.

necesarias para el desarrollo y la implementación de dicha infraestructura, que se materializó en 2011 con el decreto 835, que la autorizó a prestar servicios de uso de infraestructura, multiplexado y transmisión para la televisión digital en todo el territorio nacional. De este modo el Estado recuperó un rol activo, tomando la iniciativa para impulsar el costoso proceso de migración con la construcción de torres y la colocación de antenas en diversos puntos del país, y con el reparto de decodificadores entre los grupos sociales vulnerables para adaptar los televisores analógicos a la nueva tecnología. Asimismo se elaboraron políticas de fomento para la producción de contenidos; todo lo cual distinguió al Estado argentino de otros de la región, menos presentes en la tutela que reclama la transición.

Aun así, el recorrido que llevó al reconocimiento legal del sector no lucrativo en el marco de la ley SCA no fue sencillo ni estuvo exento de debates. Implicó una cantidad de idas y vueltas a través de los años, avances y retrocesos en la militancia por una nueva ley que entendiera la comunicación como derecho, limitara la concentración y garantizara el acceso a las frecuencias a los medios comunitarios, promoviendo la diversidad y el pluralismo informativo. Cabe destacar que el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007), tuvo una política ambivalente respecto de la regulación del sistema de medios (Postolski: 2010, 144-145). Las señales fueron confusas, y más allá de un discurso de confrontación, durante su mandato una serie de normas favorecieron a los medios concentrados. Entre 2003 y 2007 se sancionó la ley de Protección de Industrias Culturales, heredada del período de Eduardo Duhalde en la presidencia, que protegió al Grupo Clarín; luego el decreto 527/05 suspendió el cómputo de los plazos de las licencias de las empresas de radio y TV por diez años, beneficiando a las grandes corporaciones mediáticas; y en 2007 se aprobó la fusión de las dos más grandes empresas de TV por cable, Cablevisión y Multicanal.

No obstante, fallos judiciales y avances legislativos promovieron un escenario de ampliación de posibilidades para la incidencia de las organizaciones de la sociedad civil sobre las políticas públicas (Busso y Jaimes, 2011; Segura, 2011 y 2018). El más importante de estos fue en 2003, cuando la Corte Suprema de Justicia confirmó la inconstitucionalidad del artículo 45 de la anterior ley de Radiodifusión 22.285 en la causa FM La Ranchada de Córdoba, patrocinada por el abogado Miguel Rodríguez Villafañe. Más tarde el artículo 45, que prohibía a las entidades sin fines de lucro acceder a licencias de radio y televisión, fue modificado en el Congreso a través de la sanción de la ley 26.053. Si bien este cambio todavía dejaba afuera a las cooperativas de servicios públicos, fue considerado como un gran paso en el camino de la democratización. A partir de entonces comenzó un proceso organizativo que, de la mano de la

Coalición por una Radiodifusión Democrática, logró instalar masivamente el tema con una propuesta de 21 puntos básicos que inspiraron la ley 26.522.<sup>48</sup>

Sel (2010), Postolski (2010) y Segura (2011 y 2018) estudian en sus trabajos el recorrido que llevó a la sanción de la ley audiovisual, resaltando el lugar de la Coalición como expresión organizada de la sociedad civil, y la participación de las distintas redes y organizaciones que reúnen a los medios comunitarios en los debates que acompañaron la sanción. También destacan el papel que cumplieron los medios concentrados en el conflicto con las patronales del agro por las retenciones móviles a las exportaciones de granos y oleaginosas en 2008 (la resolución 125), como un momento bisagra que llevó a definir finalmente la presentación del proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su aprobación luego de un arduo debate y una fuerte movilización popular.

En este marco algunas televisoras alternativas y comunitarias se encontraban instaladas o en estaban en vías de hacerlo. Para estas experiencias el debate de la ley audiovisual fue polémico, a la vez que generó las condiciones para el surgimiento de varios proyectos. Los colectivos que asumían posiciones de izquierda estaban marcados por una relación conflictiva con el Estado, y temían por la institucionalización del fenómeno, su domesticación o la pérdida de autonomía política. Los debates fueron ricos entre posiciones que iban del acompañamiento al rechazo y al apoyo crítico, poniendo en foco las reivindicaciones del sector y su incomodidad frente a la categoría “prestadores privados sin fines de lucro”, que da similar tratamiento a las emisoras comunitarias que a las dependientes de grandes cooperativas o fundaciones, aun cuando sus estructuras y los actores que las impulsan son de distinta naturaleza.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> “En esta alianza confluyeron organizaciones no sólo de diversas trayectorias y niveles de institucionalización, sino que también mantenían divergencias entre sí en sus ámbitos específicos de acción, y con entidades de otros ámbitos de acción. En vistas a evitar que estas diferencias se manifestaran en el seno de la Coalición se dieron varias estrategias. La principal consistió en el acuerdo de no abrir nuevos ejes de disputa que excediera el consenso sobre los 21 Puntos. Además, la forma organizativa fue objeto de debate y se procuró constituir una alianza amplia, heterogénea y plural en la que la toma de decisiones se diera por consenso [...] La pluralidad de organizaciones que integraban la Coalición y la amplitud de los ámbitos de acción que abarcaban, si bien implicó una dificultad, también contribuyó a hacer aceptable su propuesta. Entre estas entidades, se destacaron por su papel legitimador los organismos de derechos humanos y las universidades en la medida en que eran actores con un interés más general que permitieron que la Coalición se viera como un espacio plural, sin que el interés particular de algún sector monopolizara la pelea por la ley”. (Segura, 2011: 98)

<sup>49</sup> El tema excede los objetivos de esta tesis. Nos detenemos en los debates alrededor de la ley SCA y su implementación en Vinelli 2011, 2013 y 2015. También profundizan en este tema, entre otros y otras, Tordini (2012), Guimerà Orts (2013), Segura (2013b), Segura & Weckesser (2016), Becerra, Espada & otros (2016), De Guio & Urioste (2017). Para una historia de la TV alternativa, desde los primeros intentos en la segunda mitad de los 80 hasta 2013, ver en Vinelli, 2014.

También definió una relación compleja lo lento que resultó el ordenamiento de los medios sin fines de lucro, sobre todo si se comparan las medidas efectivamente concretadas durante los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner con las expectativas que el debate generó, que permiten observar los aspectos no implementados o implementados de manera sesgada e incompleta. En un balance sobre la aplicación de la ley audiovisual realizado en el año 2014, Becerra (2014) sostiene que “la promesa de un acceso generoso para organizaciones de la sociedad civil no se ha cumplido”. Y que “el tiempo político que marcan las elecciones nacionales de 2015 [...] es asumido como un punto de inflexión por todos los actores, los consolidados, los amenazados, los emergentes y los que, históricamente proscriptos, pujan por ser considerados como licenciatarios”.

En 2011, el entonces AFSCA puso a concurso 220 licencias de televisión, con y sin fines de lucro, en todo el país. Este llamado resultó excluyente para las emisoras alternativas, debido al alto costo de los pliegos y a las exigencias para la presentación, y posteriormente fue suspendido por el organismo. Luego, en 2014, fue aprobado mediante el decreto 2456 el Plan Nacional de Servicios de Comunicación Audiovisual Digitales, que ordenó el espectro para la TV digital y diferenció entre dos tipos de licenciatarios: los operadores, con responsabilidad por la multiplexación y transmisión de un canal radioeléctrico para la propia señal y para las señales de terceros; y los licenciatarios vinculados, que son los prestadores que no cuentan con planta transmisora y deben llegar al equipo del operador para que éste lo ponga en el aire, de manera gratuita.

Este paso fue fundamental para la elaboración de un nuevo llamado a concurso público, que se efectivizó en 2015 a través de la resolución 39 para la apertura de 82 nuevas licencias en televisión digital abierta en ocho ciudades del país, 22 en alta potencia y 60 en baja. Estos fueron los primeros concursos en televisión realizados desde la privatización de los canales 11 y 13, en 1989, y también los primeros en contener como prestadores a los privados sin fines de lucro. Como resultado de este proceso, en noviembre de ese año los canales PAREStv en Luján (provincia de Buenos Aires), Barricada TV y Urbana Tevé en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y Comarca SI en San Isidro resultaron adjudicatarios de licencias en televisión digital abierta, pasando a ocupar un pequeña parte del 33 por ciento del espectro reservado a este sector. También resultó adjudicataria la Cooperativa de Trabajo Solidaridad, en Formosa, y el canal de la UOCRA Construir TV. El concurso que dio ganador a ENTV en Viedma, abierto en 2015, recién fue substanciado en 2017.

Ese mismo año, apenas días antes del cambio de gobierno, la AFSCA publicó la resolución 1102. Esta medida intentaba superar de manera tardía la precariedad legal en la que

quedaban las radios comunitarias, para las que no se habían abierto concursos. A partir de una recomendación realizada por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, el organismo reconoció a unas 150 radios de todo el país previamente registradas o empadronadas, en su carácter de comunitarias. Estas emisoras, de acuerdo con la resolución, recibirían un puntaje preferencial en futuros concursos. En los considerandos, la norma cita los argumentos de la Defensoría:

La ley [26.522] contiene una concepción de las emisoras comunitarias como un sector específico dentro de las organizaciones sin fines de lucro que contribuye claramente a la democratización de la comunicación. La definición obedece a la necesidad de diferenciarlas de otros emprendimientos no comerciales como los que podrían tener iglesias, fundaciones privadas, sindicatos con lógicas de participación, gestión y programación distintas de las emisoras comunitarias. (Res. 1102/2015)

Este pequeño avance, construido sobre numerosas intervenciones de diferentes actores, redes y medios populares que recuperaban las recomendaciones de la Relatoría para la Libertad de Expresión de la CIDH, quedó condicionado en su desarrollo por los cambios regulatorios realizados por el gobierno de Mauricio Macri a poco de asumir. La publicación del DNU 267 eliminó los topes a la concentración (en artículos que habían sido declarados constitucionales por la Corte Suprema de Justicia de la Nación en 2013); equiparó a las cableoperadoras con empresas de telecomunicaciones (eliminó y luego suavizó mediante las res. 1394 y 5160 las reglas de *must carry* para señales abiertas, y dejó de regular el ordenamiento de sus grillas), y unificó en un solo ente la AFSCA y la AFTIC:

Mediante un decreto presidencial firmado el primer día de gobierno (Decreto 13/2015), se creó el Ministerio de Comunicaciones, que absorbió funciones de las autoridades de aplicación de ambas normas [las leyes de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y Argentina Digital (LAD)]. En los dos casos se trataba de entes autárquicos y descentralizados que luego de la promulgación del decreto perdieron características básicas que hacían a su independencia, como la personalidad jurídica propia, la asignación legal de recursos y la capacidad de administrarse a sí mismos, entre otras. (Loreti, De Charras & Lozano, 2016: 2)

El ENACOM, a diferencia de los organismos reguladores anteriores, es un ente supeditado a la decisión exclusiva del Poder Ejecutivo, a contramano de los estándares fijados por el Sistema Interamericano de DDHH. Conformado por siete directores, cuatro propuestos de manera directa por el Presidente de la Nación y tres por el Congreso en representación de la primera, la segunda y la tercera minoría, cualquiera de los miembros del directorio puede ser

removido por el Ejecutivo en forma directa y sin expresión de causa. Además, “el decreto 267 disolvió los Consejos federales plurisectoriales previstos por las leyes Argentina Digital y de Servicios de Comunicación Audiovisual” (Loreti, De Charras & Lozano, 2016: 3), y estableció la creación de un Consejo Federal de las Comunicaciones con pocas atribuciones, que no se puso en funcionamiento.

La afectación del marco normativo impactó sobre los medios comunitarios, profundizando su vulnerabilidad. No se llamaron nuevos concursos en televisión digital, y recién al cierre de este trabajo se llevaba adelante un proceso de normalización de las FM que deja afuera a las emisoras empadronadas, y que es cuestionado por las organizaciones del sector. Además, éstas denuncian la vigencia del protocolo que permite la ilegalización y secuestro de radios con un alto grado de arbitrariedad. El Consejo Federal previsto por la ley SCA “era el encargado de listar los eventos de interés relevante que debían ser ofertados para ser transmitidos en televisión abierta sin posibilidad de restricción por acuerdos de exclusividad” (Loreti, De Charras & Lozano, 2016: 3). Ahora, esa lista es atribución del ENACOM, y nunca fue confeccionada. Con la privatización de la televisación del fútbol, PAREStv enfrenta problemas legales para seguir transmitiendo los partidos de Flandria, uno de los clubes de Luján.

Finalmente, el decreto 267 llamaba a la promulgación de una nueva ley de comunicaciones convergentes, cuya presentación en el Congreso se prorrogó sin ver la luz a lo largo de los años de gobierno de la alianza Cambiemos. Presidida por Silvana Giudici, la actual presidenta del ENACOM, la comisión redactora de esa nueva ley sólo hizo circular un texto con “17 principios que regirán la ley de comunicaciones convergentes”, retomando conceptualizaciones anacrónicas dentro del campo de la comunicación. Los “17 puntos” no mencionan la reserva del 33 por ciento del espectro radioeléctrico para la comunicación no lucrativa; ni contiene referencias explícitas a la concentración. Además, el último punto conceptualiza a los “medios comunitarios” como “facilitadores” de poblaciones con “singularidades” culturales o sociales, distantes o de difícil acceso, lo cual condiciona la llegada a la pequeña dimensión y la limita a las fronteras geográficas más cercanas, lejos de las grandes urbes.<sup>50</sup>

Este retroceso tiene su correlato en el ahogo económico producido por la ralentización de las políticas de fomento destinadas al sector comunitario (nos detenemos en esto en el

---

<sup>50</sup> [https://www.ENACOM.gob.ar/nueva-ley-comunicaciones/la-comision-redactora-presento-los-17-principios-de-la-nueva-ley\\_n1270](https://www.ENACOM.gob.ar/nueva-ley-comunicaciones/la-comision-redactora-presento-los-17-principios-de-la-nueva-ley_n1270)

próximo apartado), y en el desfinanciamiento de la televisión digital abierta: la retracción de las políticas de inclusión con el reparto de decodificadores que habían llegado a 1,2 millones durante la gestión anterior (plan “Mi TV Digital”); la suspensión de la colocación de antenas en parajes rurales y escuelas, y la desaceleración en la construcción de torres, elementos que agregan mayor debilidad al lento proceso de adopción del estándar digital y su encendido por parte de las audiencias.

La mayor parte de la infraestructura de la TDA se construyó entre 2010 y 2015 (un total de 88 estaciones terrestres, de 120 planificadas, que cubren el 82 por ciento del territorio nacional); desde entonces el gobierno paralizó su expansión. Sólo se pusieron en funcionamiento dos torres que estaban prácticamente listas desde la gestión anterior, y otras cuatro en 2017 (Krakowiak, 2018). La torre de Mar de Ajó aún figura “en construcción”. Allí funciona con papeles precarios para emitir en analógico el Canal 4, que espera la reapertura del concurso que, llamado en diciembre de 2015, fue suspendido por la gestión macrista. En igual situación se encuentran las torres planificadas en Orán, Tartagal, Oberá, Mainqué, Corrientes, Río Tercero, Roque Sáenz Peña, Puerto Iguazú, Chilecito y Laboulaye.

En este marco, el ENACOM prorrogó el apagón analógico a través del decreto 173/2019. En los considerandos, el organismo que regula los medios reconoce que, debido al grado de implementación de la televisión digital, aún es necesario “el desarrollo de adecuadas políticas que incentiven la culminación exitosa de dicho proceso, garantizando el acceso de las audiencias a la televisión abierta y gratuita” (decreto 173/2019). Esta situación, sumada a una cultura de consumo masivo de la televisión a través del servicio de pago del cable, y a la presencia cada vez mayor de las OTT que conllevan nuevos modos de ver televisión,<sup>51</sup> hace que las condiciones sobre las que emergen y deben sostenerse las televisoras comunitarias funcionen más como limitantes del fenómeno que como herramientas para su promoción y, a través de ellas, para el fomento de la diversidad de voces y pluralidad de actores en el cada vez más concentrado sistema de medios argentino.

---

<sup>51</sup> Según la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017, más de la mitad de los televisores de los hogares son smart TV (54%).

### *4.3. Políticas públicas de fomento*

De acuerdo con Segura, Linares & otros (2018), las políticas públicas “deben ser comprendidas en vinculación con su contexto histórico, las relaciones de poder que expresan y los conflictos de intereses que visibilizan. Este enfoque permite pensar el Estado en acción y en su vínculo con los sectores de la sociedad” (pag. 93). En el período que nos ocupa, que va de 2008 a 2018, dos gobiernos de signo político contrario debieron ocuparse de implementar las políticas públicas de fomento destinadas al sector social comunitario de la comunicación que recuperamos acá: los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner, y el gobierno de Mauricio Macri. Dos contextos diferentes que influyeron sobre las condiciones en que los medios comunitarios se desarrollaron, y en la medida de las acciones de los propios colectivos para ampliar esas mismas condiciones.

De Guio & Urioste (2017) conceptualizan las políticas públicas como

el resultado de un proceso de interacción de cooperación y/o disputa de distintos actores e instituciones con intereses, saberes y poderes específicos (Califano, 2012). Si bien el Estado es la institución que define y regula la aplicación de las normas, la formulación de nuevas políticas públicas puede surgir de la demanda de actores sociales y grupos de presión distintos, y las mismas decisiones estatales se van modificando en relación a las presiones, resistencias, reivindicaciones de los actores intervinientes en la puja para la definición de las reglas del juego (Lagroye, François y Sawicki, 2002). De esta forma, como afirman Segura y Waisbord (2016), la sociedad civil es una zona conflictiva y compleja y no un espacio idealizado de resistencia y lucha frente al Estado o al mercado. Además, una “sociedad civil fuerte resulta condición indispensable para contener a los mercados, civilizar a la sociedad y democratizar a los gobiernos” (Iazzetta, Vilas, Forcinito y Bohoslavsky, 2005: 69). (De Guio & Urioste, 2017: 6)

En la Argentina existen diferentes líneas de fomento destinadas a los medios alternativos, populares y comunitarios, o más ampliamente a organizaciones sociales y culturales, pero que permiten también su aplicación sobre proyectos de comunicación. La más importante, por su sistematicidad y sus destinatarios específicos, es el Fondo de Fomento Concursable de Comunicación Audiovisual (FOMECA), establecido a través del artículo 97 inciso f de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que se mantiene vigente pese al DNU que derogó algunos de los artículos de la ley 26.522 y reemplazó el discurso de la democratización por el del mercado y las inversiones (Becerra, 2018a). Este fondo pone el énfasis en la migración de los medios hacia la tecnología digital, lo cual es fundamental si se tiene en cuenta el punto de partida desigual desde el cual las emisoras comunitarias deben asumir este tránsito: se trata del sector más precariamente equipado, que funciona con esquemas

muchas veces artesanales de gestión y que presenta dificultades económicas producto de los años de proscripción.

El artículo 94 de la ley 26.522 establece los gravámenes que deben tributar ante la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) los titulares de los servicios de comunicación audiovisual. El destino de esos fondos recaudados se ordena en el artículo 97 de la misma ley, de la siguiente forma:

- a) El veinticinco por ciento (25%) del total recaudado será asignado al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Este monto no podrá ser inferior al cuarenta por ciento (40%) del total recaudado en virtud de los incisos a), d) y e) del apartado II del artículo 96. No puede ser asignado al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, un monto menor al recibido en virtud del decreto 2278/2002 a la fecha de promulgación de la presente ley;
  - b) El diez por ciento (10%) al Instituto Nacional del Teatro. Como mínimo debe ser asignado al Instituto Nacional del Teatro, un monto igual recibido en virtud del decreto 2278/2002 a la fecha de promulgación de la presente ley;
  - c) El veinte por ciento (20%) a Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado creada por la presente ley;
  - d) El veintiocho por ciento (28%) a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual; incluyendo los fondos para el funcionamiento del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual;
  - e) El cinco por ciento (5%) para funcionamiento de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual;
  - f) *El diez por ciento (10%) para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización.*
  - g) El dos por ciento (2%) al Instituto Nacional de Música.
- (Ley 26.522 artículo 97. Las cursivas son nuestras)

Es decir que el 10 por ciento de lo recaudado por la AFIP en concepto de gravámenes y multas a los servicios de comunicación audiovisual está destinado por ley a los medios comunitarios, de pueblos originarios y de frontera, para facilitar y promover su digitalización. La misma norma destaca, en cita al pie, las organizaciones que en las audiencias públicas previas a la sanción de la ley 26.522 demandaron la inclusión de una política de fomento en su articulado: entre otras, Farco, el Colectivo Prensa de Frente, la Agrupación Estudiantil El Andamio, la Coalición para una Radiodifusión Democrática, el Centro de Producciones Radiofónicas del CEPPAS y la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA).

El FOMECA se puso en práctica recién en 2013, más de tres años después de la aprobación de la ley audiovisual, con la creación de la Dirección de Proyectos Especiales a cargo de Andrea Conde, en el marco de la entonces AFSCA presidida por Martín Sabbatella,

durante el segundo mandato de Fernández de Kirchner al frente del Ejecutivo Nacional. Según Agustín Espada, hasta 2015 se concursaron 25 líneas (2 en 2013, 7 en 2014 y 16 en 2015), que permitieron financiar 1013 proyectos de 482 medios y productoras comunitarias (Espada, 2016) en líneas de equipamiento para radio y TV, producción de contenidos radiofónicos y audiovisuales (spots, microprogramas, programas semanales y noticieros diarios), gestión de medios comunitarios y comunicación con identidad.

Todas las emisoras de la muestra accedieron en mayor o menor medida a los fondos FOMECA, que son percibidos como los más importantes a la hora de evaluar la sostenibilidad de las experiencias y su profesionalización. Estos fondos implican un subsidio entregado por el regulador y fondos puestos por la contraparte. Por eso, el sostenimiento y extensión de esta política motivó que las redes que nuclean al sector se mantuvieran movilizadas y en alerta tras el final de ese gobierno, la posterior asunción de Mauricio Macri, el DNU 267 que cambió el escenario regulatorio (aunque mantuvo este fondo y la reserva del 33 por ciento para el sector no lucrativo de la comunicación), y la creación del ENACOM que unificó la AFSCA y la AFTIC en un mismo ente.

Cabe destacar que las líneas destinadas al equipamiento de radio y televisión, así como aquellas destinadas al financiamiento del noticiero diario de las emisoras y las destinadas a la gestión son exclusivas para los medios de organizaciones sin fines de lucro o de pueblos originarios con títulos legales o papeles precarios. Por eso la puesta en marcha del FOMECA, en su primera edición, no contempló a los canales comunitarios, que para esa fecha aún no tenían licencia ni autorizaciones precarias para emitir en analógico, porque no se habían realizado concursos. Las primeras autorizaciones de un total de 42 son de finales de 2013 (resoluciones AFSCA números 1273/13, 202/14, 50/14 y 673/14); de ellas, sólo ocho corresponden a canales de baja potencia sin fines de lucro (PAREStv, Barricada TV, Urbana Tevé, Mate Amargo, Canal 4 de Mar de Ajó, Canal 9 Proa Centro, Canal 11 Organización Barrial Tupac Amaru, ARBIA TV), y nueve sumando al canal de pueblos originarios Wallkintun TV. De modo que los primeros fondos que los tienen como beneficiarios definidos recién son de 2014, y especialmente de 2015 con la primera edición de la línea de equipamiento para TV, entre cuatro y cinco años después de la sanción de la ley que los creó.

Si bien los canales “sin papeles” pueden concursar a través de las líneas de producción de contenidos en formato spot, microprograma o programa semanal, compitiendo con otras productoras audiovisuales, la diferencia entre poseer o no título legal es fundamental para aplicar a los fondos más grandes. Estos son los que están específicamente destinados a equipar a las emisoras con tecnología digital, tanto para la infraestructura de transmisión como para la

línea de control, los equipos de piso y las obras de adecuación de la planta y los estudios de las emisoras. Como veremos, los canales con papeles son los que lograron posicionarse mejor, profesionalizando su funcionamiento, lo que corrobora la hipótesis que explica la debilidad del sector en relación a los años de proscripción legal, y su impacto en la generación de modelos estables de sustentabilidad económica.

Esta política pública de fomento para el sector social comunitario sufrió una importante desaceleración con el cambio de gobierno. Esto hizo que las condiciones de funcionamiento de los medios se vieran achicadas con respecto a los años inmediatos anteriores, durante los cuales el fondo comenzó tímidamente a marchar. Entre 2016 y 2018, fecha de cierre de este trabajo, no hubo nuevos concursos para obtener licencias en televisión digital sin fines de lucro (sólo se adjudicó, luego de una gran presión, el concurso abierto en 2015 al que se había presentado ENTV); ni se entregaron papeles precarios. Además, la realización de una auditoría por parte de la Auditoría General de la Nación (AGN) solicitada por el entonces presidente de ENACOM Miguel de Godoy, provocó una gran demora en los desembolsos y en el llamado a nuevos concursos FOMECA, poniendo a los medios comunitarios bajo sospecha.

En este período, y el que siguió con Silvana Giudici al frente del ente, las organizaciones debieron responder a numerosas intimaciones sobre cuestiones burocráticas de mínima importancia (tickets borroneados, facturas mal confeccionadas por montos irrisorios, etc.). Además, el retraso de dos años en los pagos, y la desaparición de líneas completas (por ejemplo, la línea destinada a financiar el trabajo en redes) generó un alto nivel de conflictividad. La subejecución del fondo y el ajuste en los montos, sumado a una deuda creciente del organismo desde que el FOMECA comenzó a funcionar, dan cuenta del debilitamiento de esta política.

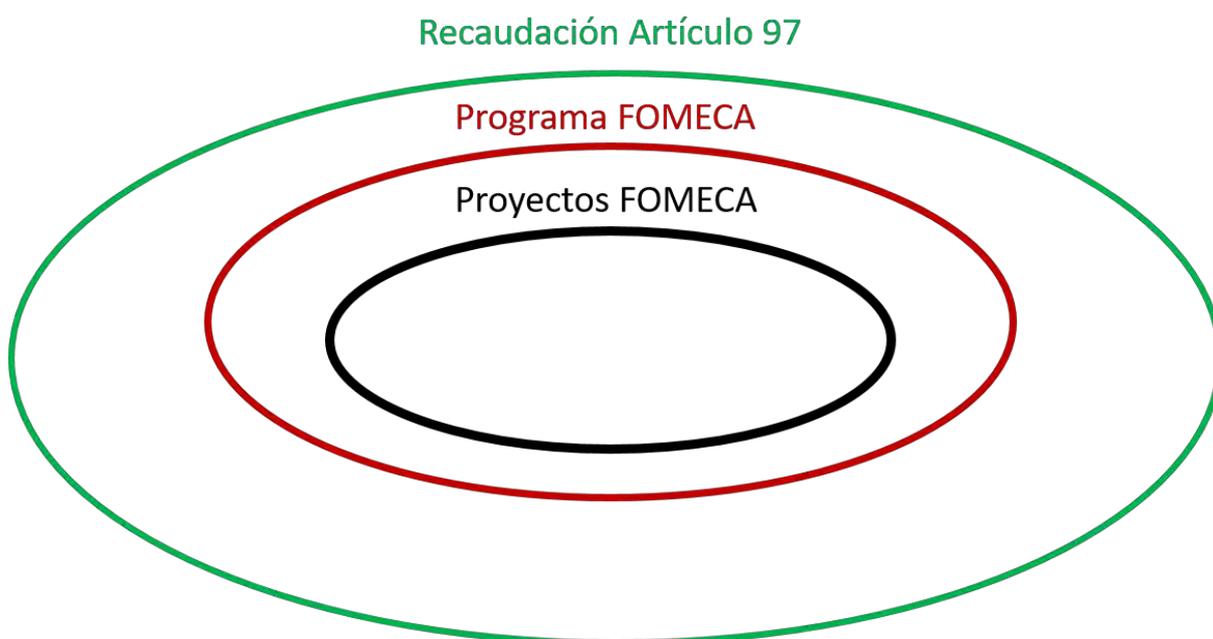
La Figura 2 muestra la diferencia entre los montos recaudados por la AFIP el año anterior, sobre el que se calcula el 10 por ciento, y lo ofertado por el regulador a través de los años, lo que da cuenta de un faltante más de 1.100 millones de pesos argentinos originalmente destinados al sector comunitario. Además, al analizar los números consignados en los presupuestos nacionales (el programa FOMECA es el 24 de la entidad 207, que es ENACOM), se puede observar también que desde 2015 el programa no sólo contiene subsidios: por ejemplo en 2018 el monto concursable de acuerdo a la recaudación de la AFIP del año anterior debía ser de 313 millones, pero el presupuesto destinó 226 millones, de los cuales 41 figuran como “otros gastos” y sólo 185 salieron finalmente a concurso para televisoras, radios y productoras alternativas, comunitarias y de pueblos originarios, como muestran las figuras 2 y 3. Es decir que los proyectos FOMECA son menores al programa FOMECA, que a su vez es menor a la recaudación del artículo 97 inciso f.

FIGURA 2. Recaudación AFIP y monto del Programa FOMECA

|                                                | 2019       | 2018       | 2017       | 2016       | 2015       | 2014      | 2013         | 2012 |
|------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|--------------|------|
| Total Programa 24 Entidad 207                  | 207        | 226        | 102        | 143        | 67         | s.d.      | s.d.         |      |
| <b>TOTAL para Proyectos FOMECA</b>             | <b>141</b> | <b>185</b> | <b>102</b> | <b>128</b> | <b>64</b>  | <b>41</b> | <b>4,745</b> |      |
| Otros gastos programa                          | 67         | 41         | 0          | 15         | 3          |           |              |      |
| Recaudación AFIP año en curso                  |            | 3.992      | 3.134      | 2.364      | 1.724      | 1.293     | 875          | 681  |
| 10% s/imp. Bol. Estadíst AFIP del año anterior | <b>399</b> | <b>313</b> | <b>236</b> | <b>172</b> | <b>129</b> | <b>88</b> | <b>68</b>    |      |

*Fuente: Elaboración propia sobre datos de presupuestos nacionales, AFIP, ENACOM y AFSCA. En millones de pesos.*

FIGURA 3. Diferencias entre recaudación, programa y proyectos FOMECA



*Fuente: Elaboración propia sobre datos de presupuestos nacionales.*

Si tomamos el valor del dólar a lo largo de los años, todas las líneas sufrieron una caída importante. Entre ellas, nos interesan en particular las líneas de equipamiento de TV para operadores y licenciarios, que es la línea específica para atender la migración a digital de los canales alternativos, y la línea de producción de contenidos anual para el Informativo Diario de las emisoras. Como se observa en la figura 4, al pasar los montos destinados al subsidio a dólares estadounidenses, tanto al momento de presentar los presupuestos como a la posterior firma del convenio que habilita el desembolso de la primera cuota de los fondos, la pérdida de poder adquisitivo es muy pronunciada. Esto impacta en el desarrollo de los proyectos, sobre todo en aquellos destinados a la compra de equipamiento, que se cotiza en dólares. Por lo tanto, la lentitud en los pagos afecta directamente sus posibilidades de desarrollo.

**FIGURA 4. Fomeca Equipamiento e Informativo Diario para emisoras de TV, montos en dólares**

|             | Línea                  |            | Equipamiento TV  |              |                |
|-------------|------------------------|------------|------------------|--------------|----------------|
|             |                        |            | Monto            |              | Tipo de cambio |
| <b>2015</b> | Cierre de presentación | 20/11/2015 | USD              | 134.505      | \$ 9,6651      |
|             | Firma de convenio      | 30/12/2015 | USD              | 100.166      | \$ 12,9785     |
|             |                        |            |                  | \$ 1.300.000 |                |
|             |                        |            |                  |              |                |
|             | Línea                  |            | Noticiero diario |              |                |
|             |                        |            | Monto            |              | Tipo de cambio |
|             | Cierre de presentación | 20/11/2015 | USD              | 134.505      | \$ 9,6651      |
|             | Firma de convenio      | 30/12/2015 | USD              | 100.166      | \$ 12,9785     |
|             |                        |            |                  | \$ 1.300.000 |                |
|             |                        |            |                  |              |                |
|             | Línea                  |            | Equipamiento TV  |              |                |
|             |                        |            | Monto            |              | Tipo de cambio |
| <b>2016</b> | Cierre de presentación | 15/12/2016 | USD              | 62.668       | \$ 15,9570     |
|             | Firma de convenio      | 30/6/2017  | USD              | 60.140       | \$ 16,6278     |
|             |                        |            |                  | \$ 1.000.000 |                |
|             |                        |            |                  |              |                |
|             | Línea                  |            | Noticiero diario |              |                |
|             |                        |            | Monto            |              | Tipo de cambio |
|             | Cierre de presentación | 15/12/2016 | USD              | 100.269      | \$ 15,9570     |
|             | Firma de convenio      | 20/12/2017 | USD              | 90.108       | \$ 17,7565     |
|             |                        |            |                  | \$ 1.600.000 |                |
|             |                        |            |                  |              |                |

|             | Línea                  |            | Equipamiento TV  |         |                |                |
|-------------|------------------------|------------|------------------|---------|----------------|----------------|
|             |                        |            |                  | Monto   |                | Tipo de cambio |
| <b>2017</b> | Cierre de presentación | 30/5/2018  | USD              | 68.197  | \$             | 24,9276        |
|             | Firma de convenio      | 28/6/2019  | USD              | 40.047  | \$             | 42,4500        |
|             |                        |            |                  | \$      | 1.700.000      |                |
|             | Línea                  |            | Noticiero diario |         |                |                |
|             |                        |            | Monto            |         | Tipo de cambio |                |
|             | Cierre de presentación | 13/4/2018  | USD              | 117.530 | \$             | 20,2162        |
|             | Firma de convenio      | 20/12/2018 | USD              | 62.446  | \$             | 38,0488        |
|             |                        |            |                  | \$      | 2.376.000      |                |

|             | Línea                  |           | Noticiero diario |        |           |                |
|-------------|------------------------|-----------|------------------|--------|-----------|----------------|
|             |                        |           |                  | Monto  |           | Tipo de cambio |
| <b>2018</b> | Cierre de presentación | 28/2/2019 | USD              | 40.883 | \$        | 39,1356        |
|             | Firma de convenio      | n.d.      | n.a.             |        | n.a.      |                |
|             |                        |           |                  | \$     | 1.600.000 |                |
|             |                        |           |                  |        |           |                |

*Fuente: Reglamentos Fomeca, tipo de cambio Bloomberg ARS currency e información propia.*

A la subejecución de los fondos concursables FOMECA y a la pérdida de poder adquisitivo que su ralentización genera, hay que sumarle la suerte corrida por otras políticas públicas, como aquellas destinadas a la producción de contenidos audiovisuales federales consagradas en el artículo 153 de la ley SCA. Éste faculta al Poder Ejecutivo a implementar políticas estratégicas para la promoción y defensa de la industria audiovisual, y a adoptar medidas destinadas a promover conglomerados de producción de contenidos “con una orientación federal, que considere y estimule la producción local de las provincias y regiones del país”; así como a “fortalecer el desarrollo sustentable del sector audiovisual”, e identificar “negocios y mercados para la inserción de la producción audiovisual en el exterior”, entre otras (artículo 153, ley 26.522).

Ernesto Picco (2017) reconoce cuatro actores que promovieron políticas en ese sentido: el Ministerio de Planificación Federal, la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación en articulación con el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), y la AFSCA. Este último organismo fue, como desarrollamos en las páginas anteriores, el responsable de la puesta en marcha del fondo concursable FOMECA. Los otros tres, si bien no son específicos para medios comunitarios o sin fines de lucro, son parte del estímulo a la producción de contenidos asociada al surgimiento de nuevas pantallas, producto de la digitalización.

El programa Polos de Investigación y Perfeccionamiento de Tecnologías Audiovisuales Digitales, dependiente del Ministerio de Planificación Federal y destinado al desarrollo de contenidos para la televisión digital abierta en las distintas regiones del país, puso en relación a las universidades nacionales con cooperativas, pymes, productoras independientes y televisoras en nueve polos distribuidos en diferentes zonas del país. El organismo encargado de la ejecución del programa fue el Consejo Asesor de la Televisión Digital Argentina, permitiendo la producción de horas de programación televisiva distribuidas en diferentes provincias:

El programa dividió al país en nueve polos cada uno con una universidad pública de cabecera que reunía a los referentes de la región. La misión de las universidades era articular entre las organizaciones sociales, las productoras audiovisuales independientes y los canales locales para avanzar en la producción de contenidos. El programa tuvo resultados diferentes en cada polo, debido a las complejidades particulares de cada región. (Picco, 2017: 55)

La gestión de Mauricio Macri en la Presidencia de la Nación llevó al Consejo Asesor de la órbita del extinto Ministerio de Planificación al Ministerio de Comunicaciones, disuelto después. Luego, mediante el decreto 257 de 2017, lo transfirió al Sistema Federal de Medios Públicos, quedando el programa desarticulado en el contexto de regresión en materia de derechos a la libertad de expresión e información. Entre sus atribuciones, el Consejo Asesor mantuvo la administración del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), una fuente de contenidos (integrada entre otros por los programas y series producidos en los polos y nodos, los financiados con aportes del INCAA, el CIN y otros), que se presenta como de libre acceso y de distribución gratuita, aunque para los canales el acceso fue irregular: algunos lograron acceder durante el período dependiente de Planificación Federal (Canal 4 Mar de Ajó, Urbana Tevé), otros recién lo lograron en 2017, a través de un convenio alcanzado gracias a las gestiones de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (Barricada TV, PAREStv).

En relación con esto, González (2013) registra distintos planes de promoción de contenidos: el mencionado programa Polos Audiovisuales Tecnológicos; el concurso del CIN para la selección de proyectos de series de ficción para televisión digital –realizado en el marco de un convenio entre Planificación Federal, Servicios Públicos de la Nación y el CIN, del que participaron más de 80 proyectos y se financiaron 12-; los fondos del INCAA destinados al fomento y promoción de contenidos para televisión digital con financiamiento para series

documentales federales, de ficción y ciclos de programas de estudio, etcétera (González, 2013: 626-627).

Segura, Linares & otros (2018) también enumeran diferentes áreas del gobierno nacional que implementaron programas destinados al fortalecimiento de medios comunitarios, aunque concentradas en las radios populares, campesinas e indígenas, y no en la televisión:

la Secretaría de Agricultura Familiar (ahora Subsecretaría), el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (Conabip), el Ministerio de Cultura, el Fondo Nacional de las Artes y el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, entre otros. (Segura, Linares & otros, 2018: 97-98)

En cambio, el Ministerio de Industria (en 2015 Ministerio de Producción y en 2018 Ministerio de Producción y Trabajo) aparece en los datos relevados como vía de financiamiento posible para los canales organizados a través de la figura de la cooperativa de trabajo; tal es el caso de PAREStv y del Canal 4 de Mar de Ajó. Estas emisoras lograron acceder a programas de fortalecimiento no reembolsables, a partir de que la actividad audiovisual fue declarada como industria, mediante la sanción de la ley 26.838 de 2012. Diego Gusmerini, director de PAREStv, sostiene que este programa “nos iba a permitir dar un salto de calidad, pasar de la transmisión analógica a transmisión digital, pasar de transmisión SD a transmisión HD, a la generación de contenido en HD” (Gusmerini, entrevista 2018).

Se trata del programa Sistemas Productivos Locales (SPL), que promueve Planes de Trabajo Asociativo desde 2006 a través de la entonces Subsecretaria de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo (SePyme), y que continúa a cargo del Ministerio de Producción. Este programa brinda asistencia técnica y económica a grupos de pymes, fábricas recuperadas o cooperativas para implementar, desarrollar y fortalecer proyectos productivos que beneficien a sus integrantes y a la comunidad a la que pertenecen.

También la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, hasta su acefalía luego de la salida de la defensora Cynthia Ottaviano y la posterior intervención, promovió la realización de spots centrados en la defensa de los derechos de las audiencias. “Zoom a los Derechos” es un concurso de videominutos que tuvo como objetivo central promover la equidad de género, y que en 2015 se otorgó a 20 organizaciones comunitarias en el marco del compromiso firmado por ese organismo junto a REDCOM, SATSAID, CTA, CTERA y CONADU, para articular acciones que promuevan buenas prácticas en comunicación y géneros.

Otras políticas, que aunque no son específicas permiten aplicar al sector, son el Registro de Medios Vecinales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la ley de Mecenazgo de la CABA (actualmente ley de Participación Cultural, permite que las empresas deriven un porcentaje de sus impuestos a financiar proyectos culturales); el Fondo Metropolitano de las Artes y ya citado Fondo Nacional de las Artes, que contienen programas de fomento para contenidos audiovisuales. El Registro de Medios Vecinales, creado por ley 2.587, regula la contraprestación publicitaria del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y constituye un sistema anual de estímulo a la calidad en la producción periodística. La ley establece que la tarifa publicitaria que perciben mensualmente los medios vecinales resulta de aplicar un porcentaje que va del 1 al 0,5 por ciento del valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete del diario pago de mayor tiraje de la Ciudad, que es el diario Clarín.

Se entiende por “medios vecinales” a aquellos medios que tienen por objeto la difusión de información de interés público relacionada con la Ciudad y sus habitantes, y se excluye a los medios temáticos, los no gratuitos y los partidarios, gremiales, de colectividades o religiosos. Sin embargo, hasta 2018 el soporte “canal de televisión en abierto” no estaba incluido. Por gestión de la radio Frecuencia Zero y Barricada TV, en 2014 se dictó una resolución que incorporó la emisión de televisión en Internet como figura en el Registro; no obstante el hecho de la existencia de dos canales comunitarios con licencia en televisión digital y cobertura en la CABA (Barricada TV y Urbana Tevé) hizo que se presentaran pedidos solicitando su inclusión, por considerarse discriminados, que al cerrar estas líneas estaban en espera de respuesta.

Por otra parte se pueden contar los programas dependientes del Ministerio de Producción y Trabajo, como el Programa de Trabajo Autogestionado PTA (Canal 4 Mar de Ajó), o el de Recuperación Productiva (REPRO), que se destina a complementar el salario de los trabajadores y trabajadoras de las empresas en crisis durante un año. Si bien es un universo mucho mayor, las cooperativas conformadas en las fábricas y empresas recuperadas y puestas a producir bajo autogestión obrera accedieron a estos planes, que para estos casos, desde 2017 se fueron unificando bajo la órbita del Ministerio de Desarrollo Social a través del “salario social complementario”, con la aprobación de la ley de Emergencia Social y, antes, con la resolución 32/2016 que creó un régimen de agremiación complementario para los trabajadores y trabajadoras de la economía popular. Barricada TV, PAREStv y Giramundo cuentan con estos salarios, que se destinan al pago de rentas u honorarios, a través de las gestiones de la rama de comunicación popular de la CTEP.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Es la Confederación de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular.

En resumen: en la Argentina diversos organismos públicos cuentan con líneas de fomento y fortalecimiento a los que el sector social comunitario está en condiciones de aplicar, que van de la producción de contenidos al desarrollo de organizaciones culturales y comunitarias, pasando por el complemento salarial que significan los programas REPRO o salario social complementario. Sin embargo, sólo el fondo concursable FOMECA, establecido a través de la ley SCA en artículos vigentes, encuentra en los canales y las radios alternativas, populares, comunitarias y de pueblos originarios sus destinatarios específicos, y es en parte resultado de su incidencia.

A pesar de su tardía puesta en marcha, y de la regresión que enfrenta en la actualidad – con recortes y demoras en el llamado de los concursos y en la adjudicación de los proyectos-, sigue siendo el fondo más completo y sistemático. Aunque limitado a las emisoras con títulos legales o precarios para las líneas más importantes, este fondo es capaz de fortalecer a los medios y profesionalizarlos con proyectos que atienden a la producción de contenidos, pero también otras específicas para mejorar la gestión de los medios y, lo que es fundamental, aquellas destinadas a la adquisición de equipamiento, las mejoras en la infraestructura y la adecuación edilicia que exige la transición a digital.

#### *4.4. Hitos de la TV alternativa y comunitaria en Argentina*

Las posibilidades de incidencia de los canales alternativos, populares y comunitarios se relacionan con su historia y su volumen como actores de la comunicación. La televisión alternativa en la Argentina se remonta a la segunda mitad de la década de los 80, como una segunda ola por encima del estallido de las radios FM de baja potencia en la primavera democrática, en el marco del reclamo de democratización de las comunicaciones y de la construcción de espacios de participación después de la dictadura. Antes podemos encontrar un antecedente en Radio Liberación TV (RLTV), un sistema de interferencias al audio de las señales de televisión realizado por la organización Montoneros en el marco de la segunda contraofensiva contra la Junta Militar.

En 1987 comenzó a emitir el Canal 4 de Alejandro Korn, en el partido bonaerense de San Vicente. Con la fundación de esta emisora pionera comenzaron a extenderse televisoras en distintos puntos del país. En Vinelli, 2014, estudiamos el recorrido de ese fenómeno a través de los años, en relación a los diferentes contextos en los que se fueron insertando: políticos, sociales, legales y tecnológicos, y dimos cuenta de dos etapas: la primera, dominada por la

tecnología analógica y un marco regulatorio que prohibía la comunicación sin afán de lucro (artículo 45 de la ley de Radiodifusión 22.285), se extendió desde los 80 hasta fines de la década del 90. La segunda, vinculada con las tecnologías digitales centralmente para el registro, arranca en los 2000. Entre la etapa analógica y la etapa que denominamos de convergencia, tiene lugar la crisis social, política y económica de 2001 (Vinelli, 2014).

Esta periodización es útil para retomar los hitos de la televisión alternativa. Los primeros años son de multiplicación del fenómeno, a partir del desarrollo artesanal de transmisores de televisión analógicos de bajo costo y bajo alcance. Sin embargo, el sistema televisivo abierto de esos años no competía con el cable, que aún no era de consumo masivo; esto hacía que la aparición de una nueva señal en el dial pudiera ser fácilmente captada por las audiencias. Al canal de Korn le siguieron los canales 4 de Avellaneda, transmitiendo desde Isla Maciel; 5 de Lanús, 5 de Moreno, 5 de Castelar y 5 de Tigre, a los que enseguida se sumaron televisoras en Ciudadela, Morón, Adrogué, Lugano y otras en las provincias del país. Todas transmitiendo en la banda de frecuencia VHF (canales del 2 al 13).

En 1989 se fundó en Buenos Aires la Asociación de Teledifusoras Comunitarias (ATECO), orientada a difundir la actividad y promover la creación de canales, discutir encuadres legales y elaborar un plan técnico para reclamar la organización de las frecuencias para fines comunitarios. Los miembros de esta organización participaban previamente en la Asociación de Radios Comunitarias ARCO, luego Federación de Radios Comunitarias (Farco). Pero dada la especificidad del soporte y de la problemática, decidieron reunirse en un organismo que representara los intereses de los canales de televisión de baja potencia. Como parte de ese proyecto, ATECO destinó un transmisor para ser compartido por varios comunicadores en un organigrama de salidas que intercalaba emisiones itinerantes entre los diferentes barrios del Gran Buenos Aires y la Capital Federal.

Otro hito importante tiene que ver con la fundación del Canal 4 Utopía, en 1992, año en el que ATECO pasó a denominarse Asociación Argentina de Teledifusoras Comunitarias (AATECO), para subrayar la extensión nacional del fenómeno, aunque pocos años después dejó de funcionar y recién reapareció en 2008, como Asociación de Teledifusoras Pyme y Comunitarias. El canal Utopía es apropiado dentro de una tradición selectiva (Williams: 1994) por muchas de las emisoras actuales. Se trató de un canal abierto basado en la articulación comunitaria, que buscó construir un medio de comunicación que funcionara como espacio de intervención político cultural, de resistencia al gobierno neoliberal de Carlos Menem, y como alternativa popular a los medios comerciales y público gubernamentales. Instalado en un edificio en torre del barrio porteño de Caballito, en el corazón de la Ciudad de Buenos Aires,

cubría Parque Chacabuco, Mataderos, Liniers y Devoto y llegaba hasta La Matanza y Morón, en el Oeste del Gran Buenos Aires.

Cabe destacar que Utopía transmitió durante siete años, durante los cuales sufrió 14 allanamientos, numerosas persecuciones y el decomiso de sus equipos. Esto muestra con claridad las dificultades que emanaban de un marco regulatorio persecutorio como el del decreto ley 22.285 de 1980, y su impacto sobre la sostenibilidad y la sustentabilidad del medio. El último decomiso, en 1999, puso fin a su funcionamiento (Vinelli, 2014: 115 y siguientes). Es decir que pese a los esfuerzos de AATECO por orientar las acciones hacia la legalización de las televisoras y de la cantidad de amparos logrados ante la Justicia, el entonces COMFER siguió sin reconocerlas, desnudando el carácter discriminatorio y excluyente de las políticas de radiodifusión apoyadas sobre la ley 22.285.

Para cuando Utopía dejó de transmitir, el cable ya ocupaba un espacio preferencial en la dieta televisiva de la Argentina. Los televisores conectados al cable impedían la recepción abierta, dificultando el encuentro entre el medio y sus públicos. Además, como señalamos, la norma no dejaba espacio para este tipo de experiencias, conspirando contra su continuidad. Fueron los años de la privatización, empezando por los canales 11 y el 13 en 1989, la posterior conformación de los multimedios y el “loteo” de las señales UHF (Loreti, 1999), en consonancia con la liquidación menemista en todos los planos. La etapa analógica de la televisión alternativa, popular y comunitaria se cerraba así por la constante persecución legal, el desgaste producido sobre las experiencias en la búsqueda de alianzas que les permitieran sostenerse en el aire, y la extensión del sistema de televisión de pago. Todo esto impactó negativamente sobre los canales, provocando un reflujo del fenómeno sobre el fin de la década del 90.

Esta situación generó un quiebre que se advierte al observar las emisoras comunitarias en una línea de tiempo: de las actualmente operativas, ninguna está en el aire desde la época inicial. Todas son hijas de la re emergencia del campo de la alternatividad pos 2001 (período en el que se sitúa el origen de algunos de los proyectos), y en mayor medida de los debates en torno a la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Los vínculos entre los momentos tienen más que ver con la experiencia acumulada que con una continuidad estricta. Se puede anotar la relación entre el Canal 4 de San Telmo y la fundación de Urbana Tevé, a través de la participación y posterior alejamiento de Raúl Carricart; la presencia de Ricardo Leguizamón, constructor de transmisores artesanales que fue parte del canal de Korn en los 80 y quien luego se vinculó con el canal Antena Negra, además de impulsar emisiones itinerantes en los barrios

del Gran Buenos Aires; y el vínculo entre Radio Encuentro, al aire desde 1990, y ENTV, su televisora, en Viedma.

Como sostuvimos en el capítulo anterior, la crisis de 2001 favoreció el desarrollo de un activismo que tuvo en la comunicación uno de sus frentes de intervención. Pero lo interesante es que, si por un lado las nuevas tecnologías animaban un proceso de convergencia, por el otro las tecnologías de transmisión de la televisión todavía estaban limitadas a la banda VHF, detenidas en el mundo analógico. Las primeras experiencias de televisión pos 2001, articuladas en torno a la propuesta itinerante de la Televisión Piquetera, se estructuraron a partir de transmisores analógicos montados por un día, recreando las condiciones para la salida en vivo e instalando estudios y antenas en los barrios populares en asociación con las organizaciones piqueteras.

Producto de estos intentos se realizaron variadas experiencias, aunque ninguna continúa operativa en la actualidad. En San Francisco Solano, el Movimiento de Unidad Popular 20 de Diciembre y el Grupo de Cine Alavío organizaron con pocos meses de diferencia tres emisiones durante 2003 y 2004. El Movimiento Teresa Rodríguez emitió desde Ezpeleta después de una primera transmisión en Florencio Varela, en diciembre de 2003. En Claypole, el colectivo periodístico Abriendo Caminos (integrado por el Movimiento de Trabajadores Desocupados, la asamblea de vecinos autoconvocados y el Galpón Cultural), salió al aire durante 2004, apoyado por el grupo de Cine Insurgente y el Grupo de Arte Callejero (GAC), para luego funcionar brevemente como Canal 5 La Comunitaria TV. De modo que el período que va de 2001 a 2005 puede considerarse como una etapa de experimentación tras el reflujó del fenómeno sobre el final de la década anterior.

A partir de ese momento, y al calor de los debates alrededor de una nueva ley de radiodifusión que reemplazara el decreto ley de la dictadura, se multiplicaron las emisoras en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (En Movimiento TV, Barricada TV, Antena Negra, Faro TV, Urbana); provincia de Buenos Aires (Canal 4 Darío y Maxi, Plurimedio La Posta, PAREStv); Mendoza (Giramundo TV, TV Comunitaria Ojos del Plata, GenTV); Misiones (La Rastrojera TV); Entre Ríos (Chasqui TV); Río Negro (El Pueblo TV, Wall Kintun) entre otras, aunque muchas no lograron sostenerse en el tiempo. Todo este conjunto se expresó a través de diferentes herramientas: la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA), la renovada AATECO, el Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias, que se

organizaron de acuerdo con las posiciones sostenidas en torno de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, aprobada en 2009, y su implementación.<sup>53</sup>

El censo de emisoras de baja potencia convocado por el organismo regulador a finales de 2009, y un primer llamado a concurso de licencias en televisión digital abierta en 2011, están en la base de la formación del Espacio Abierto, que reunió entre otras a Barricada TV, el Canal 4 Darío y Maxi, En Movimiento TV, TV PTS y Faro TV, además de algunas productoras y grupos de cine documental. En efecto, el valor de los pliegos de aquel llamado, y las bases y condiciones establecidas, fueron denunciados como restrictivos por las emisoras que venían funcionando. Esto llevó a que se realizaran protestas en reclamo de concursos específicos para el sector comunitario como actor diferenciado dentro de la categoría más amplia de los prestadores privados sin fines de lucro.

Unos meses después la resolución 1465 abrió un nuevo llamado a concurso para televisión de baja potencia con infraestructura propia de transmisión. Sobre esta medida el Espacio Abierto de Televisoras realizó una propuesta de modificación y adaptación de 22 de los artículos, centrados básicamente en la legalización de los canales que ya estuvieran operativos a la fecha de realización del censo de emisoras de baja potencia convocado por resolución 3 de 2009; el reconocimiento de la naturaleza comunitaria de las emisoras, la propiedad colectiva de los equipos, la extensión de los plazos para migración a digital, el reconocimiento del trabajo voluntario y las relaciones de compañerismo en lugar de la desigual patrón / empleado, y en la defensa de un modelo de comunicación no empresario.

Lo que estaba puesto en cuestión era si la implementación de la ley de medios estaba o no cumpliendo con el espíritu democratizador que la había impulsado (Calicchio, 2012), si esta democratización significaba lo mismo para todos los colectivos y para el Estado y, sobre todo, las dificultades de una definición del sector basada en la herramienta legal utilizada para operar y no en las lógicas de comunicación puestas en práctica, los objetivos, modos de gestión y participación de la comunidad en la administración y producción del medio, entendido como espacio de militancia. Finalmente, ambos llamados fueron suspendidos en los primeros meses de 2012, a través de las resoluciones 929 y 930.

Ese año Martín Sabbatella asumió la presidencia de la AFSCA. El 7 de diciembre, cuando vencía el plazo para que los grupos de medios presentaran voluntariamente su plan de adecuación a la ley SCA, la autoridad de aplicación realizó un acto en Bariloche para la entrega

---

<sup>53</sup> Para profundizar sobre las posiciones de las organizaciones de medios comunitarios ante la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, ver Kejval, 2018.

por adjudicación directa de la primera licencia de televisión para un canal de pueblos originarios: Wallkintun TV, de la comunidad mapuche.

Luego, en un escenario de conflicto, el organismo dictó cuatro resoluciones en 2013 y 2014, que otorgaban a 42 emisoras de baja potencia autorizaciones precarias para transmitir en analógico hasta tanto se abrieran concursos y se avanzara en el encendido digital. De estas 42, ocho se destinaron a televisoras sin fines de lucro: PAREStv, Barricada TV, Urbana Tevé, Mate Amargo, Canal 4 de Mar de Ajó, Canal 9 Proa Centro, Canal 11 Organización Barrial Tupac Amaru, ARBIA TV y son nueve sumando Wallkintun TV. De estas emisoras, seis se mantienen operativas, tres obtuvieron la licencia a través de concurso público de antecedentes y una la obtuvo por adjudicación directa, en razón de la reserva específica para medios de pueblos originarios.

En su libro sobre la experiencia de Barricada TV, Mariano Suárez (2018) destaca que ante cada autorización, permiso o licencia otorgada por el Estado tras la sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la Asociación de Teledifusoras Argentinas (ATA) – la cámara que nuclea a los canales comerciales-, actuó judicializando cualquier avance. Según las fuentes judiciales analizadas por Suárez, la línea argumental de la cámara empresaria se centró en la supuesta “desventaja”, “asimetría”, “desigualdad” y “práctica desleal” que sufrían sus representadas por el ingreso de estas 42 emisoras de baja potencia al mercado de la televisión (Suárez, 2018: 52).

En mayo de 2015, la AFSCA finalmente abrió concursos para adjudicar licencias en televisión digital abierta con y sin fines de lucro, de alta y baja potencia. La planificación del llamado se estableció de acuerdo con el Plan Nacional de Servicios de Comunicación Audiovisual Digitales, aprobado mediante el decreto 2456/2014, luego de la realización de una audiencia pública, aunque no se realizó un plan técnico integral de espectro. Estos fueron los primeros concursos de televisión en más de dos décadas. En esta primera tanda presentaron sus carpetas de antecedentes PAREStv, Barricada TV, Mate Amargo, Urbana TV y Comarca SI. Los primeros dos obtuvieron licencias en calidad de operadores, la propuesta de Mate Amargo fue desestimada, y Urbana Tevé y Comarca SI resultaron adjudicatarios como licenciatarios vinculados. Todas las experiencias ubicadas en Buenos Aires, provincia y ciudad. Meses después se abrieron nuevos concursos, entre ellos, en Viedma y el en el Partido de la Costa. Pero este último, aprobado en la última reunión de directorio de la AFSCA encabezada por Sabbatella, fue levantado con el cambio de gobierno, que al cierre de esta investigación no volvió a abrir concursos para televisión. Después de una larga presión, en 2017 ENTV logró

que el concurso se substanciará y resultó ganador de una licencia en la categoría operador en Viedma, Río Negro. Con esto se sumó a la pequeña lista de emisoras legalizadas.

Paralelamente, el canal Antena Negra, que emitía desde Parque Centenario, sufrió en 2015 el allanamiento y decomiso de sus equipos. El *Informe Derechos Humanos en la Argentina 2016* sostiene: “En la Argentina no se practicaban decomisos de equipos de transmisión a medios alternativos o comunitarios, al menos, desde 10 años antes, cuando en 2014 la CSJN declaró la inconstitucionalidad del artículo 45” del decreto ley 22.285 (CELS, 2016). Fue el primer decomiso después de la aprobación de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, por denuncia de la empresa de seguridad privada Prosegur que, utilizando la misma señal y sin licencia, denunció a la emisora por interferencias a sus redes de comunicación.

Con el cambio de gobierno, el escenario se complejizó. El DNU 267 dictado por el presidente Mauricio Macri a poco de asumir derogó algunos de los artículos de la ley SCA y de la ley Argentina Digital, eliminó la AFSCA y la AFTIC y creó un nuevo regulador dependiente del poder Ejecutivo, cambiando las reglas del juego que con dificultades se habían venido construyendo en los años de aprobación y aplicación –parcial, sesgada- de la ley audiovisual. Ante una nueva amenaza de decomiso y la judicialización en el fuero penal de sus integrantes, Antena Negra se vio obligada a volver a salir del aire. En tanto que PAREStv y Barricada TV, junto con las redes de medios comunitarios, debieron movilizar hasta lograr la habilitación de sus plantas transmisoras.

En este contexto, finalmente, los canales se reunieron en la fundación de la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CONTA), que integra InterRedes, la red que reúne a las diversas redes de medios comunitarios de la Argentina y que viene llevando adelante, desde el cambio de gobierno, la pelea por la defensa de las conquistas alcanzadas, por la apertura de concursos y la exigencia del mantenimiento de las políticas de fomento, entre otros reclamos.

#### **4.5. Estudio de casos**

Los casos seleccionados para trabajar la experiencia Argentina son ocho. Todos emiten en abierto con regularidad en el período estudiado, excepto Antena Negra que –víctima de un decomiso y la penalización de dos de sus integrantes- dejó de emitir por aire en 2016, manteniendo su presencia en redes sociales y plataformas de *streaming* de video. Se buscó que

los casos fueran representativos en distintos aspectos del fenómeno, siguiendo criterios de distribución geográfica en relación al universo, redes que integran, situación legal, características de la transmisión (operador de multiplex o emisora vinculada) y grado de desarrollo del proceso de digitalización, temas que desarrollaremos a continuación.

Por estos motivos se seleccionaron dos canales en la provincia de Buenos Aires (uno con licencia y otro con autorización precaria); tres en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (dos con licencia, uno sin papeles; de los que tienen licencia, uno operador y otro licenciataria); uno en Córdoba, uno en Mendoza y uno en Río Negro. De acuerdo con las zonas establecidas por el ENACOM, dos se encuentran en la región pampeana, tres en el área metropolitana, uno en la región centro, uno en la región cuyana y uno en la región patagónica. Se trata de PAREStv (Luján, provincia de Buenos Aires), Canal 4 Mar de Ajó (Partido de la Costa, Buenos Aires), Barricada TV (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Urbana Tevé (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Antena Negra TV (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Canal 9 PROA Centro (Cura Brochero, Córdoba), Giramundo TV (Guaymallén, Mendoza) y ENTV (Viedma, Río Negro).

#### *4.5.1. PAREStv: Fútbol con mirada comunitaria y pantalla profesional*

Luján es una ciudad de 120 mil habitantes ubicada en la zona norte de la provincia de Buenos Aires, a 67 kilómetros de la capital, y es considerada la puerta de acceso al interior bonaerense. El centro urbano se encuentra a orillas del río de mismo nombre. Su principal fuente turística es la Basílica de Nuestra Señora de Luján, que anualmente recibe la peregrinación de decenas de miles de personas que visitan la estatuilla de la Virgen María. PAREStv se encuentra en la localidad de José María Jáuregui. El canal emite en televisión digital abierta en la frecuencia 32.1, pero su historia arranca en 2008 con la formación de una cooperativa audiovisual para producir un programa para la televisión de cable, y la posterior salida en analógico, como emisora, un año después.

Cuando nosotros arrancamos [...] teníamos la necesidad concreta de tener un lugar donde colocar nuestros contenidos. Nos resistíamos a tener que ir a trabajar en televisión a Buenos Aires, entonces decidimos crear un lugar, un medio en el cual pudiéramos difundir los contenidos que nosotros producíamos en forma independiente. (Gusmerini, director de PAREStv, entrevista 2018)

El canal comenzó a emitir en 2009, con un perfil comunitario. Es la única televisora en abierto en Luján. Dos cableoperadoras ofrecen servicio de pago en la zona: Cablevisión y Telered. Esta última, propiedad de Teledifusora San Miguel Arcángel SA, contiene una señal local con cuatro horas diarias de transmisión, y recientemente incorporó a su grilla a



*La pantalla de PAREStv*

PAREStv. También presta servicios Directv. La oferta de contenidos locales estaba prácticamente vacante. Gusmerini sostiene que, desde la primera experiencia con el programa de cable *De par en par* (de ahí surgió el nombre de la emisora), la cooperativa advirtió la necesidad de parte del televidente de tener información o noticias sobre su comunidad. “Después de un tiempo fuimos viendo qué era lo que más le interesaba a la gente, que tenía que ver con las noticias, con la política, con el desarrollo de su barrio y con la gran cantidad de deporte que se practica en la zona” (Gusmerini, 2018).

Esto llevó a definir el canal como

alternativo porque hacemos televisión local, popular porque intentamos estar en los lugares donde la gente consume contenidos que naturalmente no los encuentra en otras televisoras, y comunitario porque estamos al servicio del televidente, que es nuestra comunidad, en la que vivimos nosotros. (Gusmerini, entrevista 2018)

Jáuregui es la cuna del Club Social y Deportivo Flandria. PAREStv transmite sus partidos desde 2011, cuando el equipo estaba en la B Metropolitana y peleaba contra el descenso. Pero en 2016 logró cumplir el sueño del ascenso a la Primera B Nacional y con este avance –en el marco del final de *Fútbol para Todos*–, la televisación de los partidos se complejizó. Diego Gusmerini sostiene que la construcción de la pantalla comunitaria le debe al fútbol local buena parte del vínculo con su público, ya que “fue un motor fundamental de la visibilidad de la emisora [...]. El fútbol hizo que la gente nos buscara y se interiorizara sobre cómo sintonizarnos por aire” (Gusmerini, entrevista 2018).<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> “Hemos llegado a tener 12 mil televidentes simultáneos en un partido de fútbol; seguramente no eran todos de nuestra zona por ahí cuando juega con un equipo de por ejemplo Argentinos Juniors, pero esto evidencia el gusto que hay por el fútbol no sólo en el territorio nuestro, si no en la Argentina”. (Gusmerini, entrevista 2018)

Los derechos de televisación del fútbol argentino “signaron una de las políticas públicas más debatidas en la última década”. La dueña de esos derechos es la Asociación Argentina de Fútbol (AFA), que en 2009 “rompió anticipadamente el contrato que mantenía con las empresas Televisión Satelital Codificada y Torneos y Competencias (con participación accionaria del Grupo Clarín), y negoció un nuevo contrato con el Estado Nacional” (RSF & Tiempo Argentino, 2019: 16). Esto hizo que, hasta el final de este acuerdo por decisión de la gestión de Mauricio Macri en 2016, los partidos de la Primera A, los de Primera B, además de algunas finales de torneos internacionales, se emitieran gratuitamente a través del programa *Fútbol para Todos* en la TV Pública y en la TDA.

Con el fin ese programa, la alianza Fox-Turner se quedó con los derechos para la televisación de los partidos de la Primera A, en tanto que la empresa del Grupo Clarín y Torneos, TRISA, tiene los derechos de la Primera B Nacional y la Primera B Metropolitana. Esto impactó directamente sobre PAREStv, cuya pantalla tiene en la transmisión de los partidos de Flandria uno de los ejes de su identidad y de la construcción del vínculo con las audiencias: en 2017 el canal recibió una carta documento de TRISA exigiendo que se abstuviera “de difundir y/o transmitir a través de su señal [...], y/o poner a disposición en el sitio de Internet y/o en cualquier otro sitio web, cualesquiera imagen y sonido de partidos de fútbol de la 1 División B nacional de AFA, sean en vivo y/o diferido, sean goles, mejores jugadas y extractos de partidos, o cualquier otro aprovechamiento de nuestros derechos”.<sup>55</sup>

Por este motivo, PAREStv promovió una acción de amparo, poniendo el énfasis en el artículo 77 de la ley 26.522, que se encuentra vigente. Este artículo garantiza la gratuidad de los “eventos de interés relevante”, un listado de eventos donde se incluyen los deportivos, que todos los años debe confeccionar el organismo competente. Desde 2016, la gestión de Cambiemos no elaboró un nuevo listado, razón por la cual PAREStv, patrocinado por el abogado de los canales comunitarios Mariano Suárez y con la asesoría de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, entendió que se mantiene vigente el último, confeccionado en 2015, que incluía la segunda categoría del fútbol argentino. Además, debido a que TyC Sports no televisa todos los partidos de la Primera B, por lo que la mayoría de las veces Flandria no tiene otra pantalla, la emisora entendió que la empresa estaba limitando

---

<sup>55</sup> “Este conflicto, además, tuvo otras reacciones. Un grupo de medios partidarios de diferentes clubes de distintas categorías se unió para enfrentar la imposibilidad de transmitir por Internet. ‘El contrato que tiene TRISA es hasta 2020. Se resolvió estar organizados, asesorarnos y salir en defensa de cualquier medio que tenga algún inconveniente. Nosotros hacemos todo a pulmón, no sacamos ningún rédito y le ofrecemos al hincha una transmisión gratuita’, dice Gabriel Zimmerman, de FerroWeb, que forma parte de Medios Partidarios Unidos”. (Wall, 2017)

o restringiendo el derecho a la información, en los términos planteados por el artículo 80 de la ley SCA.

Al cierre de este trabajo, la emisora de Luján se encontraba a la espera de respuesta de la resolución judicial, mientras debatía entre sus integrantes nuevas estrategias para mantener la propuesta en el aire. Pero esta discusión llegó tras un largo camino recorrido, desde el encendido analógico en 2009 y luego con la migración a digital. La legalización de PAREStv se desarrolló en dos momentos: primero con una autorización precaria para la emisión analógica obtenida mediante la resolución 1273/AFSCA de 2013, después a través del concurso público de antecedentes convocado en 2015 mediante la resolución 39/AFSCA, que los dio ganadores de una licencia en televisión digital abierta, con infraestructura de transmisión propia y categoría K (11,3 km de cobertura) en el partido de Luján y alrededores.

La autorización precaria se constituyó en el punto de partida de una estrategia para encarar el tránsito a digital, a la vez que profesionalizar la estructura de gestión del medio destinando tareas particulares a los integrantes de la cooperativa. En este marco, PAREStv accedió a un programa de fortalecimiento para cooperativas llamado Sistemas Productivos Locales (SPL), dependiente del entonces Ministerio de Industria. Esto fue posible gracias a que la actividad audiovisual fue declarada industria a través de la sanción de la ley 26.838 de 2012. Gusmerini explica que “el permiso precario nos valió para presentarnos en el Ministerio de Industria y así obtuvimos un aporte no reembolsable para dar el salto de calidad” (entrevista 2018). Pero esto no fue sencillo sino que implicó tomar decisiones financieras por primera vez desde la formación de la cooperativa:

El permiso precario nos dio el marco para presentarnos y poder solicitar [el financiamiento]. Pero era un aporte no reembolsable del 50 por ciento y el otro 50 de parte nuestra. Nosotros no teníamos para comprar ni siquiera 2 metros de cable. [...] La cuestión fue que sacamos un crédito bancario porque creíamos que el proyecto iba a avanzar. El hecho de que tuviéramos que poner aportes de los socios particulares, pedir plata prestada a la familia para poder cumplir con la otra parte y la inversión no era toda junta, era progresiva; entonces teníamos cálculos, que si agarrábamos tal trabajo, que si hacíamos tal proyecto con la Universidad Nacional de Luján y por ahí concursábamos, o algún trabajo que sí tenía que ver con la actividad audiovisual pero no con el canal, podíamos juntar la parte que nos tocaba para poder cumplir con ese proyecto y la realidad nos dijo que sí, que pudimos. Sacamos un crédito bancario de 180 mil pesos que para nosotros era con un miedo, porque la cuota que teníamos que pagar era muy alta, con una tasa muy baja pero creíamos que el proyecto iba a avanzar; creíamos que en seguida íbamos a ser llamados a un concurso, por eso dábamos el paso al salto digital. [...] Era un panorama incierto más allá de que había una política clara que se quería avanzar en visibilizar a los medios comunitarios, con un marco legal definitivo, pero lo cierto es que

la lucha por el tema de la desinversión de Clarín y demás estuvo muy en primer plano respecto de otros temas. (Gusmerini, entrevista 2018)

Con ese aporte de Industria y con el crédito bancario, al amparo de la ley audiovisual pero con un retraso importante en la aplicación del articulado referente a los prestadores sin fines de lucro (hasta el momento no se habían realizado concursos para obtener licencias en TDA, y los llamados previamente se habían declarado fracasados),<sup>56</sup> PAREStv dio inicio al proceso de digitalización de la planta transmisora en 2014, pasando de una definición estándar SD a la alta definición HD. Esto permitió a la vez una reflexión más profunda acerca de la sustentabilidad del medio, empujada por la decisión de invertir en el desarrollo digital. La emisora, de acuerdo con Gusmerini, siempre buscó “permanecer autosustentable” a través de la publicidad privada, entendida como “la más genuina que podemos generar: que alguien invierta en el canal pensando que va a tener una retribución por la difusión que damos de su producto”; sin embargo, debido a las condiciones para el funcionamiento (la cobertura limitada a lo local) y a las características propias del trabajo audiovisual, esto no es posible sin el apoyo de las políticas públicas:

No existe ni acá ni en ninguna parte del mundo que cualquier actividad que tenga que ver con el audiovisual, con la cultura, pueda ser sustentable sin el aporte del Estado. Sobre todas las cosas porque producimos algo que cuesta mucho, que es información, pero que cuesta mucho producirla. Nos cuesta lo mismo a nosotros hacer un noticiero que lo que le puede costar a un canal grande, y la diferencia es que nosotros lo que producimos lo ponemos a disposición de forma gratuita y encima nos dicen que tenemos un territorio nada más para poder distribuirlo que es 11,3 km a la redonda [en referencia a la baja potencia]. Para cualquier productor, de cualquier tipo, de dulces, de zapatos, de lo que sea, esto sería inviable. Por eso uno a veces busca en el Estado las políticas necesarias como para que se pueda sustentar el proyecto, porque ninguno que pretenda ganar dinero va a poner un canal de forma local. (Gusmerini, entrevista 2018)

En este sentido, los fondos de fomento concursables FOMECA, que son específicos para medios comunitarios, de pueblos originarios y de frontera y dependen –como se señaló antes- de la autoridad de aplicación, son vistos como una herramienta fundamental para mantener la emisora en el aire, avanzar en la digitalización, el mantenimiento y la permanente renovación tecnológica, y para profesionalizar los procesos de gestión del medio. Las líneas de este fondo destinadas a infraestructura y equipamiento permitieron completar la migración a

---

<sup>56</sup> “La judicialización a través del poder concentrado de ese marco regulatorio hizo que por ahí el foco se pusiera en esa pelea, en esa lucha y que todo ese colectivo de canales alternativos, radios comunitarias estuvieron relegados”. (Gusmerini, entrevista 2018)

digital, cumpliendo con todos los recaudos legales acerca de la homologación de los equipos y con los costosos trámites asociados: carpeta técnica, certificación de torre y antena, etc.; en tanto que las líneas de gestión permitieron organizar la asistencia legal y contable y mantener la administración en regla, lo que es fundamental para sostener las obligaciones emanadas de la legalización y para poder aplicar a mayores fondos.

En PAREStv participan ocho personas con retiro de excedentes de la cooperativa, y otras tres –estudiantes de periodismo- perciben un salario social complementario gestionado a través de la rama de comunicación popular de la CTEP. Se definen como trabajadores de la comunicación. Hay un área un área legal, institucional y administrativa, un área técnica, un área de producción (que atiende contenidos y prensa, y dentro de ésta, la atención de la página web y las redes sociales), y un área de generación de contenidos en vivo compuesta por “un equipo técnico que tiene sus relatores y comentaristas de fútbol y otros deportes, que es el hockey, el handball y el rugby, y después hay una persona dedicada a las notas más políticas o de índole social o comunitarias”, pero este esquema puede ser superado de acuerdo con la “dinámica del día a día” (Gusmerini, entrevista 2018).

La estrategia desarrollada para obtener la legalidad, primero la autorización precaria y luego el concurso, empezó con la decisión de “viajar permanentemente [a la CABA] y golpear oficinas”, sin intermediarios ni delegando “en políticos” la gestión. En esos viajes PAREStv conoció otros actores del campo de la comunicación, y se fueron generando vínculos con AATECO, aunque no prosperaron (“no eran tantos como parecían ser”). No obstante, en ese momento se construyó la relación con el Canal 4 de Mar de Ajó y con el Canal 9 Proa Centro, de Córdoba; y poco después con Barricada TV. Estas emisoras fundarían, junto Giramundo y Urbana Tevé, la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CONTA) a fines de 2015, una herramienta gremial que permitió manejar la relación con el Estado sobre todo a partir del cambio de gobierno, pero que empezó a constituirse informalmente poco después de publicadas las resoluciones que otorgaron las autorizaciones precarias.

En el caso del canal de Luján, la autogestión y el seguimiento de los trámites necesarios para avanzar en el proceso de legalización, facilitados por la media distancia respecto del centro administrativo del país y de la sede central de la AFSCA; sumados a la articulación con los otros canales en una coordinación específica para el soporte, componen las tácticas adoptadas para alcanzar la licencia en TDA. Gusmerini destaca además que

te lo tenés que creer, si lo haces a medias tintas yo creo que te quedás a mitad de camino. No fue que cada paso que dimos haya sido un éxito; no es así. Eran 14 pasos y 20 en contra, y así sucesivamente, hasta que se dio. Una gran ventaja que tuvimos es estar a

70km de la capital, que te lleva a decir “bueno, por ahí es más fácil hacer televisión en el interior, porque hay menos competencia” [...]. Porque nosotros estamos de alguna manera colonizados por los medios de capital, pero el hecho de estar tan cerca y poder venir las veces que fuera necesario, 1, 2, 3 o hasta 4 veces por semana, a generar un trámite que permita avanzar con la idea de llegar al concurso, concursar, ganar y estar en el cable tiene que ver con la cercanía de la capital, creo que tiene que ver con eso. (Gusmerini, entrevista 2018)

La legalización, no obstante, no se agota en sí misma, sino que se ve como un paso hacia un objetivo mayor, que es el ingreso a la grilla del cable y éste, a la sustentabilidad. De acuerdo con PAREStv, igual que con otras emisoras, la posibilidad de acceso a la grilla de las cableoperadoras es fundamental para el encuentro con las audiencias y, paralelamente, para el desarrollo de un plan de sustentabilidad económica estable, capaz de no depender enteramente del fomento estatal, toda vez que el 78 por ciento de las personas en Argentina consumen televisión a través de esta plataforma de pago. Es decir que permanecer por fuera de la grilla del cable impacta en la capacidad de las emisoras de construir niveles de autonomía, económica, ya que la baja tasa de encendido de la TDA limita la creación de modelos de negocios autosustentables.<sup>57</sup>

La ley 26.522 establece en el artículo 65 la obligatoriedad de acarreo por parte de las cableadoras de los canales en abierto con licencia y planta transmisora habilitada cuya área de cobertura coincida con su área de prestación de servicio (inciso d). Pese a que el DNU 267/2015 recategorizó las empresas cableoperadoras como Servicios TIC, quitándolas de la órbita de la ley SCA y traspasándolas al ámbito de la ley Argentina Digital 27.078, esta obligación persistió a través de dos resoluciones dictadas por el ENACOM en 2016 y 2017, la 1394 y la 5160, respectivamente, que mantienen la obligación de incluir estas señales en la grilla dentro del área de cobertura, de manera gratuita.

De modo que la legalización es pensada como un paso para acceder al cable, y a través de éste, a audiencias masivas; en el caso de PAREStv, además, en el contexto de una ciudad con una oferta prácticamente nula de contenidos locales comunitarios, que la emisora brinda con calidad profesional: “En la televisión si no ingresas al cable lamentablemente no estás en todos los lugares, entonces es un impedimento para el crecimiento”. Esta definición fue uno de los pilares de la conformación de CONTA, que primero tomó la pelea por la habilitación de las plantas transmisoras de PAREStv y Barricada TV, las dos licenciatarias con modalidad operador

---

<sup>57</sup> Para ampliar este tema, pero en referencia a las radios comunitarias, ver la tesis de maestría de Martín Iglesias (2015) sobre los modelos de gestión y estrategias económicas de las emisoras en el periodo 2005-2015.

(es decir, responsables del multiplex), y luego, con esta condición lograda, por el ingreso al cable: “Hoy estamos nucleados, estamos organizados y la verdad es que nos encontramos en una posición que sabemos cómo movernos en grupo y lograr objetivos” (Gusmerini, 2018).

En este contexto, las articulaciones con otros organismos estatales aparecen como relevantes para la consecución de las metas pautadas; concretamente, el vínculo con la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, organismo que pudo asesorar al canal frente a la intimación de TRISA por la televisación del fútbol local, así como en el análisis de las vías de intervención de cara a solicitar a las cableoperadoras la inclusión de la emisora en la grilla de programación. Esta institución, y el apoderado de la emisora, Mariano Suárez, lograron que la empresa Telered, que presta servicios de televisión de pago en la zona, firmara en los últimos meses de 2018 un acuerdo con PAREStv para sumar sus contenidos, siendo la primera emisora comunitaria en lograr el ingreso a la grilla de un cableoperador.<sup>58</sup> La pelea continuaba al cierre de este trabajo para que la otra empresa, Cablevisión, se acoplara a la norma.

La Defensoría del Público, creada mediante la ley 26.522, “nos acompañó y nos capacitó en la manera de hacer televisión, nos asesoró legalmente en situaciones de conflicto” y colaboró también en la construcción de la pantalla, a partir de la gestión de convenios con otras instituciones, como el ingreso como asociadas de las emisoras comunitarias al BACUA, lo que significó mayor contenido de ficción de nivel y calidad artística, financiados a través de la política pública destinada a la generación de contenidos para la TDA. De acuerdo con la televisora de Luján, la acción de la Defensoría mejoró las condiciones que permitieron que la legalización y el tránsito a digital pudieran alcanzarse.

Desde el punto de vista de la dimensión tecnológica, el acceso a la TDA significó un primer cambio en el nivel de llegada, y también un nuevo contacto con el público, ya que la emisora comenzó a brindar de manera gratuita la colocación de los *decos* para captar la TDA a los televidentes que lo solicitaran. Pero esta línea de acción es el resultado de un primer impacto negativo: PAREStv nació sobre el final de la tecnología analógica, y la migración de los hogares hacia la televisión digital, en función de la política de reparto de decodificadores entre los grupos sociales vulnerables, vació paulatinamente la audiencia de la vieja televisión de aire. Por este motivo el canal de Luján tomó el llamado a concursos en televisión digital como una de sus políticas de intervención prioritarias.

---

<sup>58</sup> Debido a lo reciente del acuerdo y el tiempo de trabajo para asegurar el envío de la señal, todavía no es posible medir los resultados de este avance sobre la audiencia y la economía de la emisora. Al cierre de esta investigación, todavía se estaba realizando la puesta a punto del equipamiento.

Por otra parte, la digitalización permitió organizar el proceso de trabajo, facilitado por avances tecnológicos que lo optimizaron: los celulares inteligentes con calidad HD y mayores funciones permiten ser utilizados para salir en vivo desde exteriores; el desarrollo de software para la automatización de video economiza y mejora el armado de las “tortas” de programación; el software para control remoto amplía las posibilidades de manejo de la grilla diaria. La tecnología HD exige un nivel de iluminación mayor que la analógica, de modo que la digitalización implica renovar el parque de luces y artefactos (y dentro de estos, los de bajo consumo), requiriendo el cuidado de los detalles que entran en cuadro y por lo tanto la profesionalización de la escenografía y los decorados.<sup>59</sup>

El hecho de que el proceso de migración a digital se estuviera desarrollando en paralelo en todo el sistema de televisión, más allá de la potencia o escala de sus actores, y que ese mismo recorrido lo estuvieran realizando los fabricantes del sector (por ejemplo las marcas históricas de transmisores analógicos nacionales), puso a disposición los mismos proveedores y recursos humanos calificados, incluso en la experimentación con transmisores de baja potencia. PAREStv primero trabajó con la empresa Edinec, radicada en Córdoba. La potencia la fabricó esta casa cordobesa, mientras que el modulador fue importado desde Francia. Sin embargo el equipo no brindó los resultados esperados ni estaba homologado, por esta razón optó por otro transmisor de la marca también cordobesa Liecom, filtro de máscara del mismo fabricante y modulador y multiplexor del fabricante porteño VideoSwitch. El encoder, de esta misma empresa, es importado de China y adaptado con garantía local.

Para Gusmerini, la multiplicación de prestadores sin fines de lucro es clave para que el sector social comunitario pueda realmente actuar como contrapeso dentro del mapa de medios en el país. “Sería una maravilla que hubiera una réplica de canales como Barricada, como Pares, como el 4 de Mar de Ajó, como los que integran CONTA, en cada ciudad. Que tengan su canal propio de aire, gratuito, entonces la ecuación hubiese sido muy distinta”. Para el director de esta emisora, “la vara fue muy alta” y “muchos canales quedaron en el camino”, de modo que “el 33 por ciento que está destinado a los sin fines de lucro está subexplotado” (Gusmerini, 2018). Por ejemplo, el canal Mate Amargo, que concursó por una licencia en la CABA; en otro

---

<sup>59</sup> “Contamos con una pantalla de led pero no es suficiente, a escenografía siempre es una búsqueda continua. Pero el hecho de haber saltado del SD al HD no sólo en la producción de contenido sino también en la emisión hace que cualquier decorado que no esté apto o en buenas condiciones, o limpio, se vea peor. Una telaraña se ve. [...] Tenemos una preocupación por no desentonar en la grilla, que el televidente cambia de canal no diga ‘uy esto qué feo’”. (Gusmerini, 2018)

orden, las emisoras de baja potencia o muy pequeños emprendimientos comerciales, que no pudieron completar las exigencias para aplicar a los concursos.

PAREStv es la experiencia más avanzada en Argentina, ya que es la primera en lograr el ingreso a la grilla del cable, que es prohibitivo aún para las demás debido a la negativa de los principales grupos a levantar las emisoras comunitarias con licencia (Cablevisión/ Telecom, del Grupo Clarín, y Telecentro, de Alberto Pierri). El canal, que nació como una ventana para los contenidos producidos de manera independiente por audiovisualistas de la zona que se resistían a dejar su ciudad para trabajar, pudo combinar a lo largo de los años una práctica singular con una estrategia colectiva, y de este modo ampliar sus condiciones de posibilidad en el marco de una ciudad que no está lejos del centro porteño para seguir los trámites administrativos, pero que tampoco está tan cerca como para que su identidad deje de reclamar una pantalla local. El fútbol y los deportes, eje de la programación de la televisora, funcionan como anclaje con su comunidad.

#### *4.5.2. Canal 4 de Mar de Ajó: televisión epidérmica*

Mar de Ajó es una localidad balnearia que se encuentra en el Partido de la Costa, en la franja atlántica de la provincia de Buenos Aires, a 360 kilómetros de la CABA. Integra el conglomerado urbano Mar de Ajó / San Bernardo, que es el más poblado de La Costa, con una población estable de cerca de 30 mil personas. En esta ciudad se construyó y quedó pendiente de encendido una de las torres de ARSAT, por lo que no llega la televisión digital abierta. La empresa TVC5 SA tiene un canal local y ofrece televisión por cable, que incluye en su grilla los canales nacionales, la señal propia y la del 8 de Mar del Plata, en un paquete con señales internacionales de cine, series, deportes y variedades, y es la única que presta servicios en la zona Sur, compuesta por Aguas Verdes, La Lucila del Mar, Costa Azul, San Bernardo, Mar de Ajó y Nueva Atlantis.



*Detrás de escena de "Soñadores" en Canal 4 Mar de Ajó.*

En este escenario, cuando se consulta por el objetivo de un llamado a concurso para acceder a licencias en televisión digital, la respuesta es directa: “Para entrar al cable”, sostiene Daniel Vidal, presidente de la cooperativa PPR y director del Canal 4 de Mar de Ajó. Al igual que con las otras emisoras argentinas, la legalización en televisión digital aparece menos como un fin que como un paso hacia la disputa de un lugar en la grilla del cable, que es el servicio que garantiza desde el punto de vista de las prácticas de consumo la posibilidad de encuentro con audiencias masivas. La estrategia se ampara en las resoluciones 1394/16 y 5160/17, que citamos páginas más atrás.

De acuerdo con Vidal, en La Costa la penetración de la televisión de pago es

aún mayor que en las grandes urbes, porque hay una concentración de gente durante el verano y después la ciudad vuelve a un estado de letargo en el cual hay muy pocas cosas por hacer, y dentro de esas muy pocas cosas por hacer está lo cultural y entonces la posibilidad de entretenimiento es el cable; además que en invierno el frío y la humedad son factores que hacen que la gente no quiera juntarse tanto, así como las grandes distancias que hay entre los balnearios. El cable termina siendo la posibilidad de entretenimiento y de esparcimiento. (Vidal, entrevista 2018)

El Canal 4 de Mar de Ajó comenzó a funcionar en 2009 “con una potencia muy chiquita, con una altura baja, con poco antenamiento y en una especie de garage, un lugar un poco hacinado” (Vidal, entrevista 2018). En 2013, éste fue uno de los tres proyectos de baja potencia que obtuvieron una autorización precaria para transmitir en analógico en el Partido de la Costa (resolución 1273/AFSCA), junto con el Canal 9 de San Bernardo y el Canal 5 de San Clemente, ambos micro emprendimientos locales. Existen otras cableras que operan en diferentes balnearios del Partido: AVC en Santa Teresita y ATCO en San Clemente. También emiten en La Costa el Canal 11 y el Canal 2, ambos analógicos.

El canal de Mar de Ajó sigue otro camino. Se reconoce como el resultado de un “sueño de amigos” que empezó a construirse en 2007, con la conformación de la Cooperativa de Trabajo PPR Limitada, compuesta por diez socios y socias egresadas de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA y también por alumnos/as y graduados/as del UNA (ex Instituto Universitario Nacional del Arte). Algunas personas venían desarrollándose profesionalmente en la industria audiovisual, otras estaban desocupadas, y juntas buscaron confluir en un espacio propio. Dos años después, en el marco de los debates que acompañaron la sanción de la ley audiovisual, este grupo decidió avanzar en la instalación de una emisora en los terrenos familiares donados a la cooperativa por uno de sus integrantes, con el apoyo de la Cooperativa Eléctrica de Mar de Ajó (Clyfema), una de las instituciones sin fin de lucro fuertes de la ciudad

balnearia, a través de un acuerdo para la realización de piezas audiovisuales sobre la cooperativa:

Nos presentamos, les dijimos “somos de Capital” y les comentamos que estaba la posibilidad [de instalar un canal], que si ellos tenían intenciones de armar uno nosotros queríamos participar, y la cooperativa nos dijo: “No queremos, si ustedes van a hacer un canal, cuenten con nosotros, ¿qué quieren?” Eso fue muy importante, porque llegamos con el espaldarazo de la cooperativa, que es una institución muy fuerte de la comunidad y uno de los principios del cooperativismo es la ayuda mutua. (Daniel Vidal, 2018)

Vidal pasó a lo largo de los años varios meses en ese balneario, conociendo sus instituciones, sus lugares y sus espacios de encuentro. Esta percepción de pertenencia se proyecta sobre la emisora, definida como “televisión comunitaria”, televisión “epidérmica”, “más cercana entre el que está viéndola y el que lo hace”; sobre todo, como

una televisión de amigos, en realidad usamos un signo de @, televisión de amig@s. Nosotros decimos que es el canal y amigos y aliados, y eso significa que hay quienes están en el día a día en el canal, laburando, pero que después hay un montón de tipos que son amigos tuyos y ahí exceden lo que tenga que ver puntualmente con la comunicación. Tiene que ver con una cuestión vincular y de cariño hacia estar juntos, intentar hacer algo, que en este caso es un canal de televisión, pero a veces es un festival, o llevar adelante una banda de música. (Vidal, entrevista 2018)

La conceptualización de la experiencia basada en la generación de relaciones, a través de la televisión como punto de encuentro, excede lo “exclusivamente televisivo” y desborda hacia la intervención cultural la práctica de la emisora. Esto permite al canal sostenerse en el tiempo con “pasos cortos pero sólidos”, integrándose a la comunidad, optando por una salida en diferido que permita la elaboración de una programación de mayor calidad estética, apuntando a la “valoración social de la televisión” y no al lucro, y atendiendo a la construcción de estudios con todos los detalles necesarios para el trabajo audiovisual.<sup>60</sup> “Hay muchos pibes de la cooperativa que son amigos y algunos son parte del canal también, pero que tienen una banda, entonces hay como una relación que excede lo propiamente televisivo” (Vidal, entrevista 2018).<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> “Eso es fundamental. Lo que hacemos, si a nosotros visualmente no nos gusta, no lo vamos a hacer. Nos vamos a esforzar mucho para que sea un buen, usemos la palabra producto si querés, pero una buena producción audiovisual que sea linda de ver y que muchas veces está pensada para que no sea precedera”. (Vidal, entrevista 2018)

<sup>61</sup> “Que vos le hagas una nota a un tipo que hace filete en un barrio y que después eso circule; el hecho de acercar la televisión al vecino o al que está ahí, cerca de tu cuadra, hace que también se desacralice la televisión. Si bien hay una necesidad y hay un reconocimiento a quien aparece en la tele como un capital social, también hay una

El Canal 4 de Mar de Ajó integra la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas CONTA desde su fundación. Antes, había participado en AATECO. Como PAREStv, esta emisora accedió a fondos del ex Ministerio de Industria a través del programa de Sistemas Productivos Locales (SPL), y al programa de trabajo autogestionado del Ministerio de Trabajo, ambos destinados a cooperativas. Para ese momento, la emisora ya entendía que si se iba a relacionar con el Estado tenía que “tener los papeles en regla”, porque “es la única forma de sentarte a hablar y pedir y discutir con la razón y con el derecho” (Vidal, 2018). El encuentro de la autorización precaria y la ley a 26.838, que complementó la ley de cine al asimilar la actividad audiovisual argentina como industria, les permitió beneficiarse con estas políticas públicas y destinarlas a la construcción de la infraestructura del canal.

El excedente generado se utilizó para la construcción de un nuevo edificio de 500 metros cuadrados cubiertos, con un estudio de televisión de 12 metros por 7 de ancho con parrilla de luces, control, sala de producción y edición, sala de grabación de sonido, baños, lobby, hall, depósito e instalación eléctrica apto para ese nivel de consumo. Este salto de calidad implicó, como al inicio, “volver a poner todo arriba de la mesa, jugarnos de lleno, poner toda la plata que tenía la cooperativa para eso”, empujados por el mismo impulso genético que mueve a una “banda de amigos” a cumplir su sueño:

Hicimos una cuenta y ahí siempre entran los aliados, fuimos a buscar a un arquitecto, empezamos a sacar los cálculos y con la guita que teníamos más algo que había ahí dando vueltas nos dimos cuenta que la mejor forma de llevar adelante esa construcción era hacer nosotros los bloques, comprar máquinas para hacer bloques. Hicimos 7 mil bloques de cemento, con arena, en términos profesionales quedaron espectaculares. Hacer los bloques es como regar la planta, tenés que estar regando; los hicimos uno por uno porque es en molde, y esos moldes nos permitían llenarlos con arena [...]. Lo que terminás teniendo es una pared de 20 centímetros maciza para aislar térmica y sonoramente tanto el estudio de sonido como el de televisión. Pero en la mitad de ese camino nos quedamos sin plata porque había un contexto inflacionario, y cuando te lanzás a una obra no sabés cuánto va a costar porque siempre aparecen imprevistos. Entonces empecé a pedir plata, primero les pedí a mis viejos, después le pedí a algún amigo más, así hasta que en un momento ya nos quedamos sin plata y la obra a medio hacer [...]. Ahí fue que nos juntamos y dijimos “bueno, ¿qué hacemos? Tenemos que buscar financiamiento”. Así agarramos una linda carpeta y fuimos ministerio por ministerio con el proyecto. (Vidal, entrevista 2018)

---

posibilidad de, si querés, entre comillas, de democratización de cómo se puede construir ese mensaje”. (Vidal, entrevista 2018)

De acuerdo con Vidal, el impacto de las políticas de fomento sobre la experiencia del canal es fundamental: si no hay una política pública que apoye a los sectores no comerciales de la comunicación “es muy difícil llevarlo adelante por lo oneroso que es”. La cooperativa también accedió a fondos para la realización de contenidos para la señal pública Encuentro, y participó del programa Polos. A partir de 2014, obtuvo fondos FOMECA en las líneas de infraestructura de televisión, noticiero diario, gestión y microprogramas. Junto con esto, la emisora cuenta recientemente con publicidad oficial, lograda a través de una negociación realizada por CONTA para sus integrantes. El hecho de contar con una autorización precaria fue clave para aplicar a los subsidios y fondos de fomento más importantes en términos económicos. Sin embargo, el trabajo en la cooperativa no es rentado, y el excedente se destina al sostenimiento de la emisora, y si bien existen roles formales,

en la práctica cada uno hace lo que mejor le sale y más le gusta, porque el fin es ése, también pasarla bien y hacer lo que nos guste. [...] Muchos tenemos trabajos por fuera, al mismo tiempo. Pero tampoco vas a poner plata, por eso te tiene que gustar y la tenés que pasar bien. Y obviamente todas las cuestiones básicas van a estar resueltas, traslados, comida, equipamiento. (Vidal, entrevista 2018)

En diciembre de 2015, en la última reunión de directorio del entonces AFSCA, se aprobó un llamado a concurso público para licencias de baja potencia en televisión digital en el Partido de la Costa. Ya había asumido Mauricio Macri la presidencia de la Nación, y tras la publicación del DNU 267/2015, las resoluciones votadas ese día fueron levantadas. Con la torre de ARSAT apagada, y sin concurso a la vista, las definiciones sobre las tecnologías a adquirir en el Canal 4 de Mar de Ajó se concentraron en la digitalización del equipamiento de registro –y dentro de éste el sonido-, en lugar del correspondiente a la emisión, mientras se mantiene la exigencia de concursos para el sector sin fines de lucro. Además, si bien la torre creció de 30 metros a 45, y de dos antenas con el tiempo se colocaron ocho, la ecuación para alcanzar el área primaria de cobertura para la autorización precaria debe considerar la geografía del Partido de la Costa, que “es como una regla que tiene 45 kilómetros de distancia por 2 kilómetros de ancho”. En este sentido no sirve irradiar de forma concéntrica si no que debe irradiarse “en forma lineal. Lo que tenemos es una suerte de anteamiento como los que usan en la FM, que es ovoide” (Vidal, 2018).

Es decir que la decisión de priorizar el área de registro tiene que ver con la situación de la emisora en relación al escenario mediático, cultural, legal y tecnológico en el que se inserta, entendiendo el desarrollo tecnológico en términos de una “carrera que siempre vas a perder”.

Esto es lo que llevó a elegir cámaras Canon réflex para el registro en video, que cumplen con el requisito de registro básico de calidad HD o Full HD en un contexto cuidado (la grabación se corta a los 12 minutos, por lo que requiere mayor atención de parte del operador o de la operadora; el foco en movimiento es más exigente ya que es una cámara fotográfica que filma y no un cámara filmadora; la estabilidad en mano es más difícil debido su pequeño tamaño y peso) y, en cambio, apuntar a equipos de sonido profesionales porque éste “sí llega a un techo”:

El día que se digitalice el canal ahí sí va a haber que hacer el salto, pero mientras tanto no. Hoy salimos en analógico, por más que una cámara sea súper, cuando la pasas a analógico tenés una degradación muy alta. Entonces, ¿cuánta diferencia puede haber entre grabar en HD o en 4K? (Vidal, entrevista 2018)

Por otra parte, tanto la legalización como las políticas de fomento son leídas como elementos importantes para una transición exitosa a digital, en tanto que la desinversión del sistema de la TDA así como la ausencia de concursos funcionan como barreras de entrada al sistema de medios y al fomento. En términos económicos el apoyo del Estado es clave –sobre todo si no hay una organización política y social superestructural que acompañe a la emisora y pueda financiar su desarrollo. “La prueba está en que nosotros nos terminamos juntando [en referencia a CONTA] cuando realmente vimos que nos estaban cercenando nuestros derechos” (Vidal, 2018). No obstante, el elemento fundamental para que la transición a digital sea posible y sostenible es la existencia de “una matriz social” que cobije a sus emisoras: “Si una comunidad no piensa en eso difícilmente anhele que pase, por más que tengas todas las condiciones materiales” (Vidal, 2018).

Esto lleva a realizar, finalmente, una lectura crítica del proceso de implementación parcial de la ley 26.522. Vidal sostiene –como Diego Gusmerini, de PAREStv- que el análisis “se puede partir al medio” en torno a una pirámide: en la punta, las políticas que buscaron limitar la concentración de la propiedad de los medios, “básicamente el grupo Clarín, [...] pero se fueron años sin que se achicara”, y la base de la pirámide,

que es la que buscaba los intereses más democráticos, expandir la frontera, producir, hacer y ver desde otras lógicas, desde otras miradas. Ahí entran los canales comunitarios, los alternativos, los populares, las radios. Me parece que esa parte de la ley, con respecto a los llamados a concurso, fue totalmente dejada de lado. Podemos discutir por qué, yo creo que en algún punto porque no confiaban en quienes iban a hablar desde ese lugar [...]. Hoy esos canales que no accedieron a la ley, que no pueden ni ser vistos por la televisión digital ni ser vistos por cable ni pueden acceder a la pauta publicitaria oficial; esos canales se quedan sin la posibilidad de transmitir y decir muchas cosas que no hay espacio ni voces para decirlas en el marco de una nueva oleada neoliberal. Entonces me parece que

hay una estrechez de mirada con respecto a cómo se llevó adelante la infinidad de herramientas que permitía la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. [...] Y yo creo que no hay tantas diferencias en situaciones como éstas, ¿cuánto puede uno estar en desacuerdo con lo que diga el PTS? Es el neoliberalismo el que está al otro lado, después nos podemos poner a discutir, pero ¿por qué no salieron concursos? (Vidal, entrevista 2018)

#### 4.5.3. Barricada TV: una alternativa en televisión digital abierta

Industrias Metalúrgicas y Plásticas Argentinas (IMPA) es la primera fábrica del país recuperada y puesta a producir bajo autogestión obrera. Ubicada en el barrio porteño de Almagro, en el centro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, alberga en su interior la cooperativa de trabajo que produce



*Flyer de promoción del Noticiero Popular de Barricada TV.*

derivados de aluminio, un centro cultural de vanguardia, un bachillerato popular con una matrícula de 250 estudiantes, una radio, un centro de jubilados, una librería, una cooperativa de diseño y un canal de televisión. Éste último, construido en un amplio espacio cedido en comodato en el cuarto piso de la fábrica, emite de manera regular desde marzo de 2010, aunque comenzó a realizar coberturas e informes periodísticos audiovisuales en 2008 y en 2009 levantaba sus estudios y planta transmisora luego de un acuerdo político con IMPA y con el Movimiento Nacional de Empresas Recuperadas (MNER).<sup>62</sup>

<sup>62</sup> En su libro sobre esta experiencia, Mariano Suárez, periodista y abogado de las emisoras comunitarias, sostiene que “Barricada TV no es un canal de televisión tradicional: para empezar, funciona en una fábrica. Una fábrica ya es de por sí es una idea extraña en un país agro-exportador y de servicios. En este caso, una metalúrgica recuperada, el IMPA, que alguna vez expresó una síntesis de la Argentina industrial y el Estado de Bienestar. Resonancia –a la vez– de la emergencia social y política en la honda crisis de 2001. Territorio ganado al shopping que no pudo ser. Así, para llegar a BTU hay que gambetear grupos de candombe, talleristas, fileteadores, cooperativistas, colectivos de teatro, educadores populares. Subir una escalera sin luz o aventurarse a un montacargas que reclama la sospecha del visitante racional. Cualquiera sea la elección, ese tránsito obligado impone una certeza: la circulación de sentido allí no puede ser la misma que en otro set televisivo”. (Suárez, 2018: 9)

Barricada TV nace como proyecto incluso antes, en el contexto del movimiento piquetero, con la participación de sus integrantes fundacionales en las luchas de los trabajadores y trabajadoras desocupados en los últimos años de la década del 90, en conjunto con los grupos del entonces llamado “cine piquetero”. Alrededor de la crisis y rebelión de 2001, estos grupos confluyeron en el armado del colectivo de intervención político cultural Argentina Arde, y luego en el impulso de la experiencia de la Televisión Piquetera, que realizaba emisiones de televisión itinerantes por los barrios del Gran Buenos Aires en asociación con las organizaciones territoriales. En este marco surgieron los primeros canales alternativos, populares y comunitarios tras el apagón del quinquenio anterior –producto de la persecución y el decomiso pero también del poco espacio que dejaba la penetración masiva del cable-, con los vecinos y las vecinas de las barriadas como protagonistas centrales de la pantalla.<sup>63</sup>

El impacto que generaban las transmisiones por un día (la instalación del transmisor, la colocación de la antena, el armado del set) motivó a algunos movimientos sociales y colectivos culturales a experimentar con la tecnología analógica en busca de la regularidad. Así el grupo que iba a dar inicio a Barricada TV logró un primer subsidio del Ministerio de Desarrollo Social para capacitación en lenguaje audiovisual y cine comunitario en 2008, con la participación del Grupo de Cine Insurgente. De este taller surgieron los primeros trabajos sobre luchas sociales, de vivienda, emprendimientos autogestivos y de la economía popular, soberanía territorial, derechos humanos y conflictos sindicales que componen la previa para la instalación del canal de televisión, cuyos estudios, como se señaló, comenzaron a construirse por etapas en 2009. La autogestión, el ambiente fabril y la perspectiva de la clase trabajadora se constituyeron de este modo en elementos clave de su conformación identitaria.

Según Lucía Maccagno, responsable de la administración del canal, quienes integran el canal se definen como trabajadoras y trabajadores de prensa, son parte de DOCA Documentalistas de Argentina, también de ALBA Movimientos, y están afiliados al Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBA) desde que éste reformó sus estatutos para incorporar a los y las periodistas de medios autogestionados.

Nos definimos como un canal popular y alternativo. Desde Barricada TV construimos una agenda distinta a la de los medios tradicionales, una agenda que busca darle espacio a las voces que no tienen espacio en los medios hegemónicos o que en su defecto cuando aparecen lo hacen de manera tergiversada, estereotipada. Esas voces son las de los trabajadores, las de las trabajadoras y las del pueblo en lucha en general. Son las voces

---

<sup>63</sup> Desarrollo esto en profundidad en Vinelli, 2014.

de aquellos y aquellas que ponen el cuerpo día a día para cambiar la realidad. (Maccagno, entrevista, 2018)

El canal, gestionado por la Asociación Civil Trabajo Educación y Cultura, comenzó a emitir por aire en la frecuencia 5 con un transmisor artesanal que luego se cambió por otro industrial, mejorando la llegada dentro de la baja potencia analógica. El objetivo: “romper el cerco de los convencidos, alcanzar audiencias masivas” (Maccagno, entrevista 2018). Para esto la estrategia fue la pelea por la legalización. La baja tasa de encendido de la televisión analógica y un tipo de artefacto de televisión que para esos años impedía la recepción paralela de la televisión de aire y de cable, daba cuenta de las limitaciones tecnológicas de cualquier proyecto televisivo analógico para encontrarse con las audiencias. De modo que la legalización de la televisión alternativa no sólo se comprendió como una deuda histórica en relación a la democratización de la comunicación, sino también como la posibilidad de integrar la grilla de la TDA, que para entonces prometía televisión de calidad, diversa, plural y gratuita.

Barricada TV fue una de las emisoras que sostuvo, durante los años del kirchnerismo, una posición de defensa del sector alternativo y comunitario como actor específico dentro de la categoría más amplia de los prestadores no lucrativos, con pliegos que estuvieran adaptados a sus realidades. También, de demanda de “aplicación efectiva” de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, con la apertura de concursos para poblar el 33 por ciento del espectro destinado al sector, y un plan de fomento que permitiera su desarrollo y extensión (Segura, 2013; Marino & Guimerà, 2016; De Guio & Urioste, 2017; Suárez, 2018). Las tácticas adoptadas combinaron el trabajo institucional, el judicial y el político, junto con la creación del Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias, un organismo de segundo grado que buscó mejorar las posibilidades de los canales en la negociación con la autoridad de aplicación.

El reclamo, la movilización callejera y las campañas de visibilización de las problemáticas de los medios alternativos y en particular de las televisoras, se articularon con la vía judicial y con un trabajo intenso con diputados y diputadas en el Congreso y con el mundo académico. De acuerdo con Luciana Lavila, responsable de contenidos de la emisora,

sacar el reclamo a la calle implicó rodear nuestra lucha de la solidaridad de aquellas organizaciones y movimientos que acompañan el proyecto, y no restringir el reclamo al aspecto meramente comunicacional para hacerlo político. Las campañas de difusión se realizaron con organizaciones políticas, sindicatos, instituciones públicas y privadas, actores y actrices, académicas/os y parlamentarias/os, entre otros. (Lavila, entrevista 2018)

El acceso a una autorización precaria para transmitir en analógico en enero de 2014, lograda luego de una concentración frente a la AFSCA, aparece en la historia de esta emisora como uno de los hitos que forjaron el camino hacia la legalización. En efecto, esto cambió las condiciones sobre las cuales la experiencia se venía desarrollando, al permitirle acceder a los fondos de fomento que desde el año anterior la Dirección de Proyectos Especiales, con retraso respecto de la cantidad de años de aprobada la ley SCA, había puesto en marcha. A partir de ese momento Barricada TV concursó y ganó fondos para la realización de microprogramas, y luego para gestión de medios, noticiero diario e infraestructura de televisión. Esto, sumado a la apertura de concursos públicos para la adjudicación de licencias en televisión digital en 2015, permitió a la emisora porteña consolidar el trabajo iniciado un quinquenio antes.

Hacia el final de este período, Barricada TV ya contaba con una licencia de baja potencia categoría k en la TDA con modalidad licenciatario operador y responsabilidad de multiplexación en el canal digital 33.1, formato HD 720 con una tasa de transmisión de hasta 7 MBIT/S. La decisión de concursar en esta categoría se tomó en conjunto con la dirección de la fábrica recuperada IMPA, y tras el diálogo con otros canales que también funcionaban en la CABA y tenían autorizaciones precarias: Mate Amargo y Urbana Tevé, de modo de no competir entre sí y garantizar para el conjunto un concurso que contuviera todos los proyectos. En este contexto comenzó a forjarse la relación que luego daría pie a la formación de la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CONTA), nucleando en su seno proyectos de distintas procedencias políticas.

La licencia fue aprobada y adjudicada en noviembre de 2015, dos días después del balotaje que dio ganador a Mauricio Macri para la presidencia de la Nación, en la misma reunión de directorio que aprobó las postulaciones de PAREStv, Urbana Tevé y Comarca SI, desestimando la propuesta de Mate Amargo. El cambio de gobierno supuso nuevos problemas y una conflictividad mayor, en tanto que la habilitación de la planta transmisora debía realizarse luego de la derogación de artículos cardinales de la ley audiovisual. Esto, junto con la defensa de los fondos FOMECA,<sup>64</sup> el reclamo de nuevos concursos, el cese de interferencias a las radios comunitarias y el alerta contra las intimaciones y cierre de emisoras, compuso el pliego de

---

<sup>64</sup> “Los fondos FOMECA fueron recortados gravemente. Los fondos están siendo subejecutados y los pagos y aperturas de nuevas líneas están siendo continuamente retrasados. Los cambios que se realizaron en la metodología de inscripción a las líneas, como así también el proceso de registro que ahora es obligatorio para poder aplicar con un proyecto, lejos de simplificar y agilizar el procedimiento, lo complejizaron. Estos obstáculos sin lugar a dudas son un gran primer filtro para que menos experiencias puedan acceder a las vías de financiamiento y que también esto sirva como excusa para continuar con la subejecución”. (Maccagno, entrevista 2018)

reivindicaciones del espacio InterRedes, que unificó los reclamos de cara a la nueva gestión del ahora ENACOM.

Durante 2016, la señal de Barricada TV (y Urbana Tevé, al emitir desde su multiplex) estuvo interferida por el espejo de El Trece en la TDA. La emisora comunitaria había concursado y ganado una licencia, como se señaló, en el canal digital 33.1; en ese canal emitía en prueba de manera precaria y provisoria el canal abierto del Grupo Clarín, que acuerdo con las resoluciones 35/2015 y 235/2015 debía mudarse a una nueva locación una vez que las frecuencias fueran otorgadas mediante concurso público. Mariano Suárez, abogado del canal alternativo, explica que

bajo ese cuadro, Barricada TV presentó una acción de amparo en la justicia y una serie de medidas cautelares y precautelares para obligar al Estado a responder y actuar según las normas que el propio Estado había dictado. Ironía del proceso, Barricada TV [...] gozaba del más alto estándar de legalidad; mientras que el canal comercial más importante del mercado ostentaba una posición de facto en la grilla y operaba en forma “precaria” y “experimental”. (Suárez, 2108: 99-100)

El caso fue consignado en el Informe anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión 2016 (RELE, 2016: 60). Después de un arduo trabajo de difusión del conflicto, de las acciones judiciales y administrativas, y tras varias movilizaciones frente al ENACOM, el regulador dictó la resolución 10.090/2016, en una decisión que buscaba ser salomónica por la cual mantenía a la emisora comercial en el 33.1 y mudaba a las comunitarias a la frecuencia 32, aumentando la potencia de la categoría k a la i, de 17,7 kilómetros de cobertura, a los fines de incorporar al multiplex a Comarca SI, de Vicente López, que no tenía operador.<sup>65</sup>

Dos años después de ganado el concurso, en 2017, Barricada TV comenzó a emitir en el 32.1. La nueva asignación obligó a adquirir un transmisor de 250 watts homologado (en este caso, marca Liecom), y a adaptar el filtro de máscara para esta frecuencia. El resto del equipamiento, al igual que el utilizado por PAREStv, fue adquirido en la empresa fabricante y ensambladora VideoSwitch (modulador, multiplexor y encoder). La categoría también implicó sumar cuatro paneles digitales TV-UHF planos para montaje omnidireccional a otros cuatro ya

---

<sup>65</sup> “La presión pública, callejera y judicial de Barricada TV sobre la gestión de gobierno forzó que al momento de rediseñar el nuevo mapa de la Televisión Digital Abierta, el Estado no pudiera retrotraer el derecho de la televisora del Almagro. Claro que el reconocimiento de ese derecho pre-existente no se iba a instrumentar con la reubicación en la grilla de Canal 13, que ahora dictaba las normas de la nueva gestión. Así que la nueva autoridad de aplicación, el Ente Nacional de Comunicaciones, modeló una nueva grilla en la que se custodiaron los intereses de las viejas televisoras analógicas y se previó el ingreso de nuevos actores privados postergados por el kirchnerismo. En ese contexto, un canal del espectro se reservó para reubicar a las emisoras no lucrativas, cuya inclusión también alcanzó a disfrazar una amplitud democratista de la nueva gestión”. (Suárez, 2018: 113)

existentes en la torre, todos de la empresa Novus. Todas estas decisiones de inversión implican un tratamiento de la tecnología aprehendido desde la propia práctica. En este sentido, Barricada TV reconoce en la relación con la emisora de Luján mucho del origen de la transferencia de saberes para la toma de decisiones sobre las tecnologías a adoptar. Las emisoras nucleadas en CONTA que se encuentran desarrollando el tránsito a digital o que ya se encuentran emitiendo van avanzando sobre la experiencia de las primeras en digitalizar, compartiendo información sobre equipamiento, proveedores y recursos humanos.

En Barricada TV existen cuatro áreas: política editorial, de contenidos, administrativa, prensa y técnica. Trabajan en reuniones semanales; cada área funciona con un núcleo de militantes y la tarea periodística –centralmente la producción del noticiero diario, que se reconoce como la columna vertebral de la emisora- y de inserción comunitaria son tomadas colectivamente. Además, se realizan asambleas de todos los integrantes, y formación política, periodística y técnica. El área técnica se ocupa del “mantenimiento y control de los equipos, la formación y conocimiento de las herramientas que se utilizan”, tanto para la transmisión como para el registro y el set, incluyendo el cuidado de las cámaras de piso y de calle, los micrófonos, el cableado de audio y video, la escenografía, la electricidad y el buen estado de las islas de edición (Lavila, entrevista 2018).

Debido lo costoso del equipamiento, en lo que hace específicamente a la digitalización de los equipos de transmisión la manipulación está reservada a quienes se encargan específicamente del área:

Entendemos que el rol técnico está íntimamente relacionado con las prioridades políticas que se definen al interior del colectivo y por eso la importancia de que aquellos y/o aquellas que lo tienen como responsabilidad sean compañeros/as sean capaces de articular lo político y comunicacional con este aspecto. En cambio, procuramos que los roles para la salida al aire o grabación de programas, como los falsos vivos, sean rotativos y que todos y todas los conozcan. Por este motivo el acceso y ejecución de tareas dentro del control y dirección es de la totalidad de las y los compañeros que forman parte del canal, luego de las formaciones correspondientes con aquellos responsables de trasladar esos conocimientos. (Lavila, entrevista 2018)

No obstante, las decisiones implican la intervención de todas las áreas. Por ejemplo, la mudanza del 33.1 al 32.1 implicó dar a conocer el nuevo lugar en la grilla de la TDA a las audiencias, sumado a una estrategia de difusión pedagógica –semejante a la impulsada por PAREStv, que ofrece el servicio de instalación de decodificadores y antenas receptoras- acerca de la televisión digital, que como señalamos en apartados anteriores, es escasamente conocida (y por lo tanto consumida) por las audiencias, marcando una importante limitación a la hora de

hacer que los contenidos producidos lleguen a sus destinatarios. Explicar las maneras de sintonizar el canal manteniendo la entrada de la televisión de cable al mismo tiempo, en este sentido, es una de las tareas empujadas por el área de prensa, a través del desarrollo de “una campaña para que potenciales audiencias sintonicen la señal, con un arduo trabajo en redes sociales, publicidad en carteles con presencia en la vía pública, transporte masivo de pasajeros y medios de comunicación” (Lavila, entrevista 2018).

La legalización supuso para Barricada TV avanzar en la organización y la profesionalización de la estructura de trabajo, generando rentas o salarios destinados a mantener el funcionamiento. Estas se sostienen con ingresos por publicidad a través del Registro de Medios Vecinales de la CABA para su versión *streaming* (ya que, como apuntamos antes, pese a existir dos televisoras comunitarias con licencia en la Ciudad el soporte es discriminado en el Registro); pauta de Ciudad y de la Legislatura; pauta oficial lograda a través de la gestión impulsada por CONTA; tercerización de servicios y proyectos financiados con los fondos FOMECA, además de cuatro salarios sociales complementarios logrados gracias a la intervención de la CTEP y del MNER. Esto permite sostener una micro estructura de trabajo con presencia cotidiana todos los días de la semana, atendiendo los problemas y desafíos que se presentan y produciendo 12 programas propios o coproducidos, que se graban en sus estudios.

De todas estas fuentes de ingresos, las valoradas como las más importantes, por los montos que implican, son las provenientes de los fondos FOMECA, fundamentalmente aquellos destinados a la adquisición de equipamiento e infraestructura, producción del noticiero diario de la emisora y gestión. Por este motivo, también para Barricada TV la vigencia del programa de fomento y su profundización es una de las líneas centrales que confluye en CONTA y en InterRedes; y su ralentización y subejecución es vivida como una preocupación constante ya que afecta la sostenibilidad económica del sector en su conjunto.

Según Maccagno,

el desarrollo de las políticas públicas destinadas al financiamiento de los medios sin fin de lucro es uno de los aspectos más destacables que se generaron a partir de la sanción de la ley [26.522]. En nuestro caso particular (aunque creo que esto es extensible a la mayoría de las experiencias de comunicación popular) hemos podido equiparnos, expandir y adaptar nuestros estudios y nuestras instalaciones, y hemos empezado a diseñar un esquema mínimo de salarios. Esto repercutió de manera notable en la calidad y en cantidad de producción y del trabajo, y entendemos que para garantizar la pluralidad de voces y la verdadera democratización del sistema de medios, es necesario que este financiamiento siga existiendo como lo estipula la ley. (Maccagno, entrevista 2018)

En el mismo sentido, Lavila sostiene que

Barricada TV no hubiese llegado a la situación actual sin las políticas de fomento que posibilitaron el crecimiento de la infraestructura del canal y la incorporación de tecnología. El financiamiento es el talón de Aquiles de los medios alternativos; se convierte en un desafío enorme para la continuidad. En un contexto regresivo en términos de derechos para la sociedad en general, el sector tiene el mismo tratamiento que otros ámbitos, y los marcos normativos y posibilidades de reconocimiento se restringen fuertemente. [...] Las políticas de fomento permitieron la digitalización del equipamiento y planta transmisora para comenzar las emisiones en la TDA, y hoy continúan posibilitando el crecimiento con nuevas tecnologías. Esto también permite insertar la experiencia en el mercado para el alquiler de equipos y set. (Lavila, entrevista 2018)

En junio de 2018, sobre el cierre de esta investigación, la operadora de la CABA logró, junto con PAREStv, la habilitación de su planta transmisora. Otra vez combinando la movilización del conjunto de los medios comunitarios, la presión constante sobre el ENACOM, la atención del frente judicial y un trabajo de articulación con organizaciones políticas, sociales y sindicales de izquierda y nacionales populares, que acompañaron e hicieron propio el reclamo. El vínculo instituciones como la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual fue clave para el asesoramiento, la capacitación y la firma de convenios destinados a mejorar los contenidos (es el caso del ingreso de las emisoras comunitarias al BACUA); así como las articulaciones con la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA, el Instituto del Tiempo Libre y Recreación (Istlyr) y el Programa REC (Red Escuela Comunicación) dependiente del Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, a través del cual se produjo, también con la Defensoría, el programa Hora Libre TV, permitiendo el trabajo en pantalla con estudiantes de escuelas públicas primarias y secundarias porteñas, ampliando la red de inserción comunitaria de la emisora, y profundizando su función social.

A esto se agrega el relacionamiento con figuras del mundo nacional e internacional; también, a través del trabajo con legisladores y legisladoras porteñas y con diputados y diputadas nacionales, se expuso el caso en la Comisión de Libertad de Expresión del Congreso tanto para lograr concursos y la aplicación efectiva de la ley SCA como para denunciar el bloqueo de la señal producida por Canal 13; a través de la diputada Alcira Argumedo (Proyecto Sur) se presentó un proyecto de resolución destinado a solicitar al Poder Ejecutivo la garantía de concursos adaptados al sector; el apoyo de la mendocina Graciela Cousinet, del bloque de Libres del Sur, se materializó en una declaración de interés de la emisora por parte de la Cámara baja, apoyada por Argumedo, Victoria Donda, Federico Massó y Julio Raffo, entre otras.

La habilitación de la planta significó el paso final para demandar el ingreso del canal de manera gratuita a la grilla de las dos cableoperadoras que prestan servicios en la CABA, Cablevisión y Telecentro, como mandaba la ley 26.522 en su artículo 65 y luego –al salir las empresas de cable de la órbita de la ley SCA al ser definidas como servicios TIC-, como lo establecen las resoluciones 1394/2015 y 5160/2016. Por esta razón Barricada TV demandó a estas empresas judicialmente, con el patrocinio de Suárez, mediante una medida cautelar que recayó en el Juzgado Contencioso Federal 9 a cargo de Pablo Cayssials. La campaña “Quiero ver a Barricada TV en el cable”, objetivo vinculado como un segundo momento después de la legalización, y destinado a garantizar el encuentro entre la emisora y sus audiencias en el marco de la masiva penetración de la televisión de pago, se materializó en numerosos reclamos de abonados a esos servicios presentados ante la Defensoría del Público,<sup>66</sup> y en una protesta realizada frente a Canal 13 con el objetivo de visibilizar el conflicto.<sup>67</sup>

Las barreras de entrada del sector social comunitario al sistema de medios se extendieron a cada paso, desde la decisión inicial de montar un canal de televisión que se propusiera disputar masividad hasta el reclamo por el ingreso a la grilla de las empresas que prestan servicio de cable. La “aplicación a medias” de la ley audiovisual se entiende como “un primer obstáculo, ya que no se han abierto nuevos concursos”, y si bien se la considera “una ley de avanzada”, su aplicación “estuvo bastante por detrás de su espíritu sobre todo en lo que hace al cumplimiento de la reserva del 33 por ciento de espectro para el sector”. También se señalan como barreras importantes “las grandes exigencias y requisitos que deben cumplimentar las experiencias al momento de presentarse en el concurso”, y las “obligaciones adquiridas con la licencia, que son más que los derechos” (Maccagno, entrevista 2018). A esto se agrega la debilidad del sector alternativo, comunitario y popular, sobre todo en el desarrollo de estrategias económicas producto de los años de alegalidad (Segura, 2013; Vinelli, 2015).

En síntesis: como señala Maccagno,

si bien hay saberes y una gran experiencia acumulada, el sector ha sufrido históricamente la marginación y ha tenido trabajar siempre desde un gran piso de desigualdad. Hoy son sólo cinco emisoras populares las que han alcanzado una licencia en TDA, y una a partir de la asignación para pueblos originarios. Es decir que representan una proporción muy pequeña en un mapa de medios hiper concentrado. Me

---

<sup>66</sup> Los reclamos se unificaron en la actuación número 141/2018 de la Defensoría del Público de SCA.

<sup>67</sup> Al cierre de este trabajo, la Justicia porteña había iniciado una investigación contra cuatro integrantes de medios comunitarios y dos dirigentes sociales que participaron de la protesta contra el incumplimiento de las principales empresas privadas de telecomunicaciones y contra la inacción del ENACOM. “Una vez más, los órganos del Estado, el Poder Judicial en este caso, en lugar de perseguir el incumplimiento de la ley, persiguen penalmente a quienes lo señalan”, sostuvo el comunicado difundido por la emisora.

parece claro que esa proporción tiene que cambiar para poder garantizar un mapa de medios más democrático, ya que las televisoras populares son las únicas que pueden garantizar la visibilización de otros relatos. (Maccagno, entrevista 2018)

#### *4.5.4. Urbana TeVé: el primer canal villero de la Patria*

En la Villa 31, ubicada en el barrio porteño de Retiro, funciona Urbana TeVé. La emisora nació en 2010 para acompañar la pelea por la urbanización, una demanda histórica de este entramado urbano en el que viven más de 40 mil personas. El canal se levanta en el barrio Carlos Mugica, el más antiguo de la villa, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en un entorno de grandes contrastes entre la riqueza de Retiro y Recoleta y la pobreza de la 31. Entrevistado por Diego Caballero y Pablo Fernández (2017), Gustavo Cañaverl sostiene que

“nacimos al revés, los contenidos ya los teníamos. El contenido era la Ley de Urbanización y el proceso político era lo que íbamos a transmitir. Teníamos el para qué hacer el canal. Era la urgencia, por eso el nombre Urbana TeVé”. El barrio y la “urgencia” (el 30 de marzo de 2010 comenzó a funcionar en la legislatura una mesa de trabajo de planeamiento multidisciplinar y participativa) generó una necesidad por parte de los impulsores del proyecto de representar ese momento histórico para la comunidad desde su propia óptica. Es en esa necesidad donde en una primera instancia prima el contenido por sobre las formas, donde la práctica pone como protagonista en el centro de la escena a un actor social totalmente distinto del que los medios hegemónicos suelen representar. (Caballero & Fernández, 2017: 31)

El proyecto comenzó a funcionar emitiendo en analógico en el canal 5. Juan Cruz Guevara, presidente de la Asociación Civil Centro de Rehabilitación y Capacitación San Martín de Residentes Salteños, razón social de la emisora, integraba además una cooperativa que distribuye televisión por cable en la Villa 31. La emisora se reivindica como comunitaria, haciendo foco en la difusión de las actividades sociales y en la afirmación de la identidad villera frente al estereotipo, y es parte de un centro social y cultural que trabaja con niños, niñas y adolescentes penalizados, integrándose al barrio como una de las instituciones generadas sus vecinos y vecinas. Según Guevara,

primero le hablé a Milcíades Peña, le dije: “¿Vos sos periodista, me podés asesorar. ¿Qué te parece si armamos un canal de aire?” Y ahí empezamos. Hablé con mi familia para juntar los fondos para comprar la torre, después el transmisor. Armamos las cosas, trajimos un poco cada uno. Para nosotros es algo maravilloso construir en el barrio un canal, es una esperanza. (Guevara, Urbana TeVé, citado en Vinelli, 2014)

La identidad cultural villera atraviesa toda la artística del canal y la arquitectura de la pantalla, desde la que se pueden ver a través de grandes ventanales, la topografía de la 31 cruzada por la autopista Arturo Illia, las casas humildes y la cancha de fútbol, en contrapunto con el set del noticiero de El Trece y TN, que permite ver a través del vidrio una parte de la Ciudad. Milcíades Peña, director de la emisora y ex legislador porteño, sostiene que desde el origen del proyecto pensaron en ese ventanal, coronando un estudio “mirando al barrio, mirando al Sur. TN está en el Sur mirando al Norte, nosotros miramos al Sur, por eso la orientación del ventanal” (Peña, entrevista 2018).

La pantalla representa a las distintas comunidades que conviven en un mismo territorio (argentinos, bolivianos, paraguayos), mostrados en el intercambio cultural, la integración y los problemas comunes. La representación de los mercados, ferias y pasillos de la villa refuerzan esta estética de afirmación del “ser villero”, reenviando a las “comunicaciones otras” de las que hablaba Jesús Martín Barbero (1989). Urbana TeVé comunica desde “esta perspectiva, desde los intereses populares”, explotando las fortalezas de su comunidad:

Popular es el lugar desde el cual hablamos. No hablamos del barrio sino desde el barrio, desde ese lugar, a toda la Ciudad. La villa forma parte de la comunidad, es nuestra comunidad de referencia. Es multicultural, tiene intereses comunes que son los intereses de los sectores populares y nosotros hablamos desde ahí. (Peña, entrevista 2018)

Pero Urbana TeVé no se habla a sí misma, sino que a partir del proceso de legalización (se reconoce como hija de la ley SCA), busca contar la política nacional desde las voces de la villa y viceversa, rompiendo con la estigmatización que sus habitantes sufren por parte de la televisión comercial. Peña conduce el noticiero diario y uno de los programas semanales más importantes, *Estridente sonó* que también se emite en la señal 360. El ciclo de entrevistas convoca a figuras de la política (de extracción peronista, kirchnerista y del nacionalismo popular) a los estudios de Urbana TeVé, y por lo tanto, a la villa. En estas articulaciones se manifiesta buena parte de la línea editorial, la atención sobre los acontecimientos de la política nacional y la crítica hacia las políticas implementadas por el gobierno de Mauricio Macri. Además, compuso uno de sus más importantes hitos, con la entrevista a la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner, en agosto de 2016. Con esta visita, el canal inauguró nuevos estudios:

Cuando Cristina llega a Urbana el canal ya estaba instalado en la dirigencia política, estaba referenciado. A pesar de no verse afuera [de la villa] y demás, todo el mundo sabía de su existencia, porque ya habían ido. El día que vino lo primero que ella dice es:

“Acá es todo muy TP, Todo Positivo”,<sup>68</sup> mirando el ventanal. Captó enseguida la esencia de lo que estábamos haciendo. (Peña, entrevista 2018)

Urbana TeVé es una de las ocho emisoras comunitarias que lograron autorizaciones precarias para transmitir en analógico, tras el fracaso de los concursos convocados durante la gestión de Gabriel Mariotto en 2011. Peña recuerda que en ese momento el canal estaba “empantanado”, y que recibieron un video de apoyo grabado por el Papa Francisco. Poco después de este saludo obtuvieron la autorización. Como en los casos de Barricada TV y PAREStv, el título le permitió acortar el camino hacia la legalización, mejorado su posición en futuros concursos de licencias, y acceder a los fondos de fomento FOMECA que se pusieron



*Cristina Fernández de Kirchner entrevistada por Milcíades Peña en Urbana TeVé.*

en marcha a partir de 2013, comenzando el proceso de migración a digital a través de la renovación de las herramientas para el registro.

Con los primeros FOMECA obtenidos en 2014, Urbana recién pudo comenzar a abandonar la tecnología analógica más antigua (hasta entonces se utilizaban cámaras Panasonic 9500 súper VHS); y luego con los fondos para proyectos de infraestructura para televisión y

---

<sup>68</sup> Durante el segundo gobierno de Cristina Fernández, y en el marco del debate de la ley audiovisual, la militancia afín a su mandato difundía la consigna “TN Todo Negativo”, en referencia a la línea editorial de los productos periodísticos del Grupo Clarín.

noticiero diario 2015, que se abonaron en diciembre sobre el filo del mandato de Martín Sabbatella, la emisora logró dar el salto a la tecnología digital en la línea de control.

Ese año, el “primer canal villero de la Patria” obtuvo una licencia SD en la modalidad licenciatario vinculado, categoría k con cobertura en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y una tasa de transmisión de 3,5 mbit/s. Para ser puesto en el aire, debe llegar a la planta transmisora operada por Barricada TV, proceso que no ha concluido al cierre de este trabajo. Desde la adjudicación en noviembre de 2015, Urbana TeVé estudió las maneras de llegar con la señal a la planta de Almagro, optando finalmente por enviarla a través de Internet desde el encoder ubicado en su sede.<sup>69</sup> Pero esta decisión llevó tiempo, debido a la baja calidad de los servicios de Internet en la villa, mostrando el grado de desigualdad en el acceso a la información y a la comunicación que sufren quienes viven en los barrios más humildes.

Peña sostiene que “así como estar en la villa tiene fortalezas, también tiene debilidades. Por ejemplo el tema de los servicios, Internet es de muy mala calidad. Tenemos un noticiero que sale todos los días desde hace tres años, pero que no se puede subir a Internet” (entrevista 2018). Esta limitante impacta además en las vías de sostenibilidad económica, ya que por ejemplo la emisora queda excluida del Registro de Medios Vecinales de la CABA, que no reconoce como soportes a las televisoras que emiten en abierto y con licencia y sí, en cambio, a la “televisión por Internet”.

No obstante, la emisora fue construyendo sus estrategias para mantener el proyecto en el aire. Desde trabajar la pertenencia a la villa como “marca” hasta generar articulaciones con otras instituciones del barrio (políticas, sociales, estatales, Iglesia), pasando por acuerdos y convenios con universidades, la Defensoría del Pueblo, el ahora ex Ministerio de Trabajo y el Instituto Superior de Educación Radiofónica ISER (en ese entonces dependiente del AFSCA), para la formación y capacitación de las personas del barrio interesadas en la televisión y el audiovisual, algunas de las cuales se integraron a la emisora. También trabajó con el Enerc, y logró antes de otras emisoras comunitarias tener acceso al BACUA y poner en el banco sus propios materiales. Además, Urbana TeVé integra CONTA.

El funcionamiento de la emisora está asociado al proceso de legalización y migración a digital. Con el concurso y la licencia, señalamos más arriba, el canal obtuvo los primeros fondos de fomento, a través de las líneas FOMECA más importantes en términos de montos. Peña sostiene que si “los medios comerciales se ven dificultados en su accionar cuando no tienen

---

<sup>69</sup> Urbana concursó por una licencia en la categoría k, como Barricada TV. Con el aumento de la cobertura de esta última, resultado de la demanda contra la interferencia de El Trece, también aumentó el de Urbana, ya que utiliza el mismo multiplex, en el canal digital 32.2.

pauta del Estado, para nosotros digitalizar hubiera sido impensado sin ese dinero. El FOMECA es central” para lograr transitar a la alta definición. “Estos medios no son sostenibles sin políticas de Estado, por eso la ley [26.522] está pensada así”, en referencia al artículo 97 inciso f que establece los fondos de fomento concursables destinados al sector (Peña, entrevista 2018). Esto permitió construir salarios, además de avanzar en los cambios de la infraestructura: Peña expresa que “el sueño es que el canal sea una fuente del *laburo* para la gente del barrio, que se apropien del canal de verdad” (Peña, entrevista 2018).

Además, la emisora construyó una alianza con el área de comunicación de Nuevo Encuentro (el espacio político que condujo los últimos años la AFSCA), ya que “ellos tenían una productora audiovisual, Argentina Multicolor”, que se había presentado a los mismos concursos de licencias en televisión digital de baja potencia pero que no había resultado ganadora. Esta alianza buscó resolver “el problema de los recursos humanos. De los que impulsamos el canal ninguno era del área de la televisión [...], y después empezamos a capacitar gente”. Con estos cambios, Peña pudo delegar en integrantes de Argentina Multicolor el área administrativa, de elaboración y rendición de proyectos, “con una retribución del canal”. En 2018, nueve personas percibían sueldos por su trabajo en Urbana, de ellos, seis son vecinos y vecinas de la villa. Guevara atiende la herramienta legal; él, Peña, Cañaverall y Nelly Aguirre son socios y en “los papeles” tienen una retribución, “pero cuando hay plata cobramos y si no, no”.

Si bien cada integrante posee distintos saberes, el esquema permite que “todos hagan todo”: filmar, hacer de cronistas, editar. Sin embargo no existe un área técnica, aunque sí planificación y “consultas colaborativas”. Peña explica que “tenemos prestado al técnico de la cooperativa de cable del barrio” y “un vínculo fuerte con Juan Rojo, de Digital Center”. Esta casa de venta de productos para televisión es una de las más frecuentemente convocadas por los canales comunitarios, aunque no de manera colectiva sino desde cada colectivo en particular. Rojo es uno de los especialistas en tecnología digital que trabajan en esa empresa comercial, y colabora desinteresadamente con varias de las emisoras (entre ellas, PAREStv y Barricada TV) para el armado de los circuitos de control, y las asesora a la hora de tomar decisiones de inversión.

Para Peña, pensar las condiciones de posibilidad para la televisión comunitaria en el contexto de la transición a digital implica tener en cuenta la articulación de dos dimensiones, una tecnológica y otra comunicacional. “Ordenar la gestión estatal”, una normativa clara que reconozca al sector y políticas de fomento que permitan generar los recursos para poder montar

el medio son elementos que se combinan con la pregunta por el encuentro con las audiencias, y con la factibilidad de la televisión digital:

Una cosa es el éxito del funcionamiento técnico y otra el éxito de la comunicación. Vos podés tener funcionando todo bien, que el sistema digital esté saliendo perfecto, que tengas la normativa, que logres el recurso para instalarte y fracasar en la disputa de las audiencias. [...] Confiando en que uno sea capaz de generar un producto que sea atractivo para las audiencias, la duda que tengo es si la cuestión digital en la televisión no llega tarde. Me parece que venimos corriendo de atrás para lo que son las nuevas plataformas. [...] Nosotros estamos todavía pensando cómo instalarnos en digital desde lo tecnológico, desde la capacitación profesional y desde la realización de producto, mientras los demás ya están laburando en las nuevas plataformas. [...] Mi duda es si lo digital ya no es viejo antes de nacer. (Peña, entrevista 2018)

La pregunta sobre las posibilidades de la televisión digital no es menor, y conduce a otra más profunda sobre el lugar que el sector social comunitario efectivamente puede ocupar en el marco de un mapa de medios concentrado y en un contexto de desfinanciación de la estructura y contenidos de ARSAT; el parate de sus políticas de comunicación y difusión (centrales para la adopción de esta tecnología en los hogares); una práctica de consumo masiva de la televisión por cable y, finalmente, el lento pero sostenido crecimiento del consumo de televisión *on demand* a través de las OTT (en la línea de la información sobre consumos que desarrollamos en apartados anteriores).

Estamos en una etapa de resistencia. Nuestros medios son parte de la resistencia de nuestro pueblo al liberalismo. Nos da para eso y cumplimos un rol fundamental. Pero no veo que desde nosotros, sin formar parte de un proceso de disputa contra el liberalismo, podamos *per se* cambiar eso. Es una disputa por la construcción del sentido, por cambiar los parámetros culturales del liberalismo, que son muy fuertes. Estoy hablando del liberalismo ideológico, de la cuestión filosófica del liberalismo, que es donde se asientan los modelos económicos después como exitosos. El liberalismo se asienta en esos valores individuales, en el aspiracionismo individual, y eso tiene un nivel de consumo cultural masivo que tiene formatos y contenidos que nosotros no hacemos, porque nosotros comunicamos desde otro lugar. Por múltiples factores: por construcción ideológica de quienes apostamos a estos medios, pasando por las temáticas que abordamos, que se nutren de la cercanía de la comunicación y eso también te cambia, no estás hablando para un espectador pasivo sino para un protagonista, un sujeto social que está del otro lado de la pantalla pero con el que querés interactuar, y esto es difícilísimo y se construye desde un cambio social, un cambio de paradigmas culturales que tiene que ver con la política [...]. Es más integral. (Peña, entrevista 2018)

#### *4.5.5. Antena Negra: las debilidades de la aplicación de la ley audiovisual*

Antena Negra comenzó a emitir en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en 2009, luego de una separación del Canal 4 Darío y Maxi, ubicado en Avellaneda, en el conurbano bonaerense, que estaba al aire desde 2007. El grupo impulsor se instala en Parque Centenario, en un ex Banco Mayo recuperado en 2002 en el marco del fenómeno de las asambleas barriales, integrando la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA). En su declaración de principios se sostiene como eje central la dimensión comunicacional de la práctica, planteando que su objetivo es contribuir a

mejorarnos como sociedad, reflejando y formando parte activa de los procesos de cambio social en función de aportar a la organización y la lucha de los diversos sectores. [...] Hacemos política a través de la comunicación. O sea que tenemos objetivos generales que esperamos realizar a través de la herramienta que elegimos que es el medio audiovisual. [...] Buscamos] participar con nuestras herramientas y prácticas comunicacionales en las luchas para que se escuche y vea lo que no se difunde en los medios masivos de comunicación a causa de intereses políticos y económicos. Comunicación para la organización y la unidad. Buscamos que los proyectos de los que somos parte sean espacios de participación, de articulación, de construcción de proyectos conjuntos de distintos grupos y de integración de más personas y agrupaciones. ([www.antenanegra.noblogs.com](http://www.antenanegra.noblogs.com))

La experiencia de Antena Negra da cuenta de las debilidades en la aplicación de la ley 26.522, y es un caso testigo sobre los problemas que acarrió la lentitud para la apertura de concursos destinados a poblar el 33 por ciento del espectro. La televisora se mantuvo en el aire hasta 2016, emitiendo durante 7 años en el canal 4 analógico y luego en el 20 de la televisión digital, con equipos de transmisión artesanales con los que comenzó a experimentar. En septiembre de 2015, la Policía Federal y funcionarios de la ex AFTIC allanaron y decomisaron sus equipos por orden del juez en lo criminal y correccional federal Marcelo Martínez de Giorgi, en el marco de una causa iniciada por la empresa de seguridad Prosegur, que denunciaba ser interferida en sus redes de comunicación por la emisora comunitaria.

En ese momento, sus integrantes señalaban:

La ley de medios hace agua por muchísimos lados. La realidad es que hay muchas frecuencias comunitarias que funcionan sin licencia, incluso desde hace años. Hasta que no se acomode el espectro y no se haga el plan técnico para que se cumpla el 33 por ciento para los medios comunitarios según la ley, nosotros tenemos que transmitir. Hay

un espacio libre que se puede utilizar y una ley que no se cumple. ¿Cuánto vamos a esperar para que eso suceda?<sup>70</sup>

Lo cierto es que el decreto 2456 de 2014, que fija el Plan Nacional de Servicios de Comunicación Audiovisual Digitales, instruía a la entonces Secretaría de Comunicaciones a instrumentar las medidas necesarias para atribuir las bandas comprendidas entre los 470 y 512 MHz (correspondientes a los canales 14 al 20 de la banda de UHF) al Servicio de Televisión Digital Terrestre Abierta, y que en el caso del canal 20, la medida entraba en vigencia al momento de publicarse el decreto. Esas bandas están irregularmente utilizadas por empresas de seguridad, radiotaxis y otras, y con el plan aprobado se reasignaban en exclusiva a servicios de comunicación audiovisual.

En este contexto, la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual se presentó como *Amici Curiae* en la causa. Un mes después, el juez sobreescribió al responsable de la cooperativa. Sin embargo, de vuelta en el aire, el juez volvió a ordenar un allanamiento, suspendido gracias a un gran arco de solidaridad y tras intimar al canal a entregar los equipos de transmisión “evitando usar la fuerza policial pero extorsionándonos con elegir entre dejar de estar al aire [...] o tener un preso por comunicar”:

A pesar de la extensa reunión, no se pudo conseguir que ENACOM actuara para que se detuviera esta nueva instancia de retención de los equipos ordenada por el juez di Giorgi. El organismo adquirió el compromiso de pedir juntamente con Antena Negra TV y por escrito una audiencia ante el juzgado, para finalizar la causa penal y llevarla al plano administrativo-político, del que nunca debió haber salido. Exigimos que se retire de inmediato la causa penal y se resuelva el conflicto por vías administrativas, dejando así de tener el peligro inminente de una persona presa por hacer comunicación comunitaria, alternativa y popular. Queremos la resolución de esta disputa, por lo tanto también exigimos al ENACOM que encuentre una figura legal que nos permita poder seguir transmitiendo y dejar de estar en un estado de vulnerabilidad permanente y en peligro de allanamiento constante.<sup>71</sup>

Pese a haber sido sobreescribido en primera instancia, la Justicia Federal ordenó el procesamiento del presidente de la cooperativa por el delito de interrupción de las comunicaciones, e imputó a otra integrante. Finalmente, la Sala 2 de la Cámara Criminal y Correccional elevó a juicio a Antena Negra TV, al rechazar los argumentos presentados por la defensa que había realizado un pedido de nulidad del juicio alegando la deslegitimidad de la empresa Prosegur como querellante. En estas condiciones, la emisora siguió funcionando a

---

<sup>70</sup> <http://eterdigital.com.ar/luego-del-allanamiento-integrantes-de-antena-negra-tv-visitaron-eter/>

<sup>71</sup> <http://www.radiodifusiondata.com.ar/2015/sep15/antenanegra-decomiso.htm>

través de las redes sociales, poniendo sus programas y coberturas en circulación a través de las herramientas de Internet; y en 2017 impulsó una campaña de *crowdfunding* para reequiparse y continuar transmitiendo por *streaming*.

De acuerdo con el CELS (2015),

el uso del derecho penal y la criminalización de comunicadores sociales son excesivos y perjudiciales para la libertad de expresión y deben ser evitados. Como lo ha señalado la Relatoría Especial de Libertad de Expresión en 2009, “el establecimiento de sanciones penales ante casos de violaciones a la legislación sobre radiodifusión no parece ser una restricción necesaria. En tal sentido, resulta relevante mencionar que tanto la CIDH como la Corte Interamericana han considerado, en todos los casos concretos que han sido objeto de su estudio y decisión, que la protección de ciertos derechos vulnerados por el ejercicio de la libertad de expresión por medio de sanciones penales resultaba desproporcionada e innecesaria en una sociedad democrática”. El canal 20, cuya utilización dio origen a la causa judicial, está destinado a servicios audiovisuales. Por lo tanto, se encuentra en el ámbito de aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, norma que expresa un paradigma democratizador del sistema de medios y que contempla mecanismos administrativos para encausar estos conflictos.<sup>72</sup>

Antena Negra atravesó las gestiones del ASFCA y del ENACOM con un gran nivel de conflictividad. La estrategia para obtener la legalización se concentró en la demanda de una apertura a concurso específica para su emisora, al entender que los llamados abiertos en los primeros meses de 2015, a los que se presentaron otras televisoras comunitarias porteñas como Barricada TV, Urbana Tevé y Mate Amargo, no se correspondían con la alta o media potencia que la emisora exigía. En un comunicado dirigido a la entonces AFSCA, sostenía que el concurso mencionado “no cumplía con las características necesarias para Antena Negra TV”.<sup>73</sup> Esta presentación espontánea fue utilizada por la defensa para dar cuenta de la voluntad del canal avanzar en la legalización, señalando que sus papeles estaban en regla.

---

<sup>72</sup> Ver en <https://us8.campaign-archive.com/?u=aa83d96c79562a47de2e3dafd&id=a262055a57&e=ace3723f8f>

<sup>73</sup> <http://www.radiodifusiondata.com.ar/2015/sep15/antenanegra-decomiso.htm>

Para Ezequiel Medone (entrevista 2017), integrante de Antena Negra y de DTL –una cooperativa de trabajo dedicada a la construcción de transmisores artesanales y montaje de torres y antenas para radio y televisión-, las condiciones de posibilidad de la televisión alternativa en la transición digital no se pueden escindir de la aplicación parcial de la ley SCA, la “ausencia de un plan técnico”, el grado de concentración del mapa de medios y su profundización con la extensión de las licencias de los canales comerciales que impide liberar frecuencias para los canales comunitarios (el decreto 527 de 2005 en los hechos extendió por diez años el plazo de las licencias de servicios de radiodifusión, y el DNU 267/2015 las reinició automáticamente desde 2016 y la primera prórroga a los diez años se extendió por cinco más).<sup>74</sup>

La lentitud en la atención del sector social comunitario desde la sanción de la ley



*Allanamiento y decomiso de los equipos de Antena Negra TV en septiembre de 2015.*

audiovisual puso trabas al desarrollo del fenómeno, impidiendo superar la histórica situación de asimetría y desventaja respecto de otros actores de la comunicación, al mantenerse la precariedad legal y por lo tanto un estatuto de vulnerabilidad. En el caso particular de Antena Negra se agrega la persecución penal que significó no sólo salir del aire, sino también la judicialización de dos de sus comunicadores y comunicadoras:

Últimamente se nos ha hecho más complicado. Ejercer el derecho a comunicar, el derecho a poder tener un canal de televisión va por el lado de lo penal, se hace como

---

<sup>74</sup> Así, “las licencias otorgadas en 1989 por Carlos Menem superarán los 50 años y las otorgadas a principios de los 80 por la última dictadura militar, mucho más”. (Loreti, De Charras & Lozano, 2016: 9)

mucho más difícil, porque hay otras cosas en juego. Más allá del canal de televisión quedan en juego la libertad de las personas. En ese sentido para nosotros particularmente es problemático, y es como una necesidad para poder volver a salir al aire. Desde que está esa situación la idea es volver al aire, por más que no tengamos el equipo. Pero si tenemos un equipo nuevo y no se abren concursos [...] aunque salgamos por una canal que esté libre, que no esté usándose por nadie, nos tienen judicializados. Es más difícil, es toda una movida. [...] Todo este año no nos planteamos salir al aire, por todos los conflictos que venimos arrastrando hace dos años ya; entonces por ejemplo ni miramos si hay dónde salir. (Medone, entrevista 2017)

Además, al no llamarse concursos públicos desde 2015, las emisoras sin licencia ni autorizaciones precarias quedaron impendidas de acceder a las líneas de fomento FOMECA de montos más importantes, lo cual impacta sobre su ritmo de la migración hacia la tecnología digital, quedando rezagados respecto de otros canales, así como afecta su sostenibilidad económica y dificulta su profesionalización. Antena Negra no logró acceder a fondos concursables;<sup>75</sup> el único que obtuvo, en formato Redes 2015, nunca fue pagado por la gestión del ENACOM, pese a estar resueltos los ganadores desde entonces. La judicialización de su caso, además, exigió la completa atención de sus militantes, consumiendo todo “resto” para adentrarse en la elaboración de proyectos y presupuestos que los FOMECAS exigen.

Este año ni nos lo planteamos; agotados un poco con toda la situación del año pasado, que sigue todavía. [...] Y tuvimos otros conflictos que nos comieron bastante, más nuestros digamos. El tema de la causa parece que no, pero te consume un montón [...]. La verdad es que no le pudimos dedicar energía de gestión a eso. (Medone, entrevista 2017)

Desde la dimensión económica, si bien en la RNMA las posiciones son distintas, Antena Negra no acepta publicidad, ni oficial ni privada. Sí entienden la necesidad de los subsidios estatales para infraestructura, debido a su alto costo, que vuelve prohibitiva la transición a digital para las organizaciones de base. La televisora se ha venido sosteniendo con el aporte de organizaciones que forman parte del canal, actividades para la colecta de fondos y *crowdfunding* (Medone, entrevista 2017).<sup>76</sup> Su principal bandera es la autogestión. En este

---

<sup>75</sup> “Siempre tuvimos una posición bastante crítica de todo el laburo que hizo el AFSCA, o el no laburo que hizo en algunos casos. No somos los únicos de la RNMA a los que no les salieron proyectos durante un montón de tiempo. [...] No quiero decir que a todos les dan, pero sí hay como más enfrentamiento y menos voluntad”. (Medone, entrevista 2017)

<sup>76</sup> Gisela Marsala (2012) sostiene que el nuevo escenario empujado por la ley 26.522 permitió a sus integrantes abrirse a nuevas discusiones que permitieran superar el “ideologuismo”, y analiza que “es bueno que el espacio se haya dado la oportunidad de re-discutir su política de financiamiento, en parte por la fuerte carga de ideologuismo principista que porta la misma y en parte porque la disputa que se abre con el nuevo juego mediático, obliga a que

contexto, algunos de sus integrantes se replegaron y concentraron su intervención en la cooperativa de trabajo DTL, que funciona en IMPA, en el mismo piso que Barricada TV y Radio Semilla. Medone subraya que sostener un canal de televisión significa “un montón de plata”, y que sin aire “no hay canal”, en un contrapunto con quienes hacia su propio colectivo ven en Internet una salida posible:

Creo que si bien hay diferencias entre los canales, en cómo se plantea el proyecto cada canal y qué busca cada uno cuando sale al aire, [...] hay muchas forma de hacer [televisión]: con más estructura, con menos estructura. Lo que no se puede es no salir al aire, básicamente. [...] Hay una diferencia muy grande entre lo que podés encontrarte y lo que tenés que ir a buscar; o sea, si vos querés un *streaming* no es que lo encontrás, estás ahí y te aparece el *streaming*. Pero no es lo mismo que estar viendo la tele y cambiar de canal, que es lo que hacemos cuando vemos tele. [...] Está toda esta cosa de “todo lo que viene es Internet, el futuro es internet, entonces vayan todos a Internet”. Pero después hay grandes empresas que van y buscan canales, entonces eso me hace desconfiar un poco de todos esos estudios que dicen que no, que todo va a ser Internet y se acabó. Para mí va en paralelo, sólo quedarse con un canal también sería un error, pero para mí un canal es aire. (Medone, entrevista 2017)

Antes de los decomisos, Antena Negra tenía un transmisor de televisión digital, un switcher, cámaras, consola de audio, consolas de luz para el estudio, luces, computadoras para reproducir y editar. Con DTL, prestaba servicios de colocación de decodificadores de televisión digital y conexionado de antenas, entregando a la comunidad una grilla con las señales presentes en la TDA, destacando el lugar de las comunitarias. El desarrollo tecnológico no empezaba de cero. Su estrategia se basó en la apertura a organizaciones afines, buscando en este apoyo el aporte económico y la socialización de los saberes tecnológicos. Contaba entre sus integrantes con el acompañamiento de Ricardo Leguizamón, quien había participado como animador en las primeras experiencias de televisión comunitaria de los 80, y que se dedicaba a la construcción y venta de transmisores artesanales.

“Entender que la autogestión no es una utopía, que a partir de la organicidad asamblearia se pueden construir y sostener proyectos alternativos a los que dicta el mercado. No vendemos publicidad ni comerciamos el aire, los programas que se emiten en vivo son producidos y realizados por compañeros y compañeras del canal y apostamos a la

---

todos los medios vuelvan a poner sobre la mesa las distintas formas de sostener económicamente su forma política. En política se puede jugar desde el purismo ideológico cuando las construcciones son incipientes o reducidas a la marginalidad de la no-disputa, pero cuando se abre el juego para ‘meter la cuchara’, para intervenir, para jugar con otros, los principios poco sirven para hacer política; más bien lo que se termina poniendo en juego es la claridad estratégica (el objetivo principal) y cuán flexibles sean las tácticas, los cómo, que nos acerquen a la conquista de ese objetivo”. (Marsala, 2012: 110-111)

cultura independiente como forma de integración y expresión”, postulan en sus definiciones. Sobre las dificultades de esta forma de organizarse, el canal entiende que la mayor complicación es la burocracia, lo que les dificulta -a ellos y a las organizaciones populares en general- la construcción de un espacio “ajeno a los intereses del sistema”. En este sentido, un punto importantísimo respecto a la sostenibilidad del espacio y su forma de organización, es el campo de batalla abierto después de la sanción de la nueva ley de SCA. “En estos momentos nos encontramos en medio de la disputa por el reconocimiento del sector frente a los organismos públicos que regulan el espectro y allí toda clase de exigencias por parte de estos: personería jurídica, AFIP, matrículas profesionales... La solución parte de defender nuestros derechos y elaborar las herramientas para que no nos callen”. (Marsala, 2012: 110)

Con este esquema, Antena Negra realizaba cuatro programas de producción propia; programas independientes enlatados que se emitían en el canal y programas de terceros que se grababan en el piso de la sede de Parque Centenario. Con un diseño mínimo de salida y una perspectiva crítica de la implementación de la ley audiovisual, logró mantener su señal en el aire durante siete años, aunque el golpe que significó el decomiso y la criminalización le impidió sostener la experiencia en abierto, frenando la migración a digital y finalmente derivando la participación y sus objetivos político comunicacionales hacia las redes sociales.

#### *4.5.6. PROA Centro TV Canal 9: producción audiovisual en traslasierra*

Villa Cura Brochero es un pueblo serrano que se encuentra a 140 kilómetros de Córdoba Capital, en la región centro del país. Es una de las numerosas zonas turísticas de la provincia, extendiéndose a la vera del río Panaholma, de aguas meso termales. Se accede atravesando el imponente camino de las Altas Cumbres hasta el Valle de Traslasierra, y luego 7 kilómetros al Norte. Según el censo del Indec 2010, viven en Cura Brochero 9 mil personas, aunque integra el conglomerado denominado Mina Clavero - Villa Cura Brochero, que alcanza los 17 mil habitantes. Es la segunda localidad más poblada del valle de Traslasierra y la más poblada del Departamento San Alberto. Sobre la calle Malvinas Argentinas funciona desde marzo de 2009 PROA Centro TV Canal 9, una emisora que se encuentra en proceso de migración a digital y que sale a través de la frecuencia analógica 9, con una autorización precaria para transmitir aprobada por la AFSCA mediante la resolución 1273 de 2013.

Quienes impulsan esta televisora definida como “alternativa, por los contenidos regionales”, provienen de la realización audiovisual y se radicaron en la zona en 1998. Son cinco socios y socias que trabajan ad honorem, y que logran repartir rentas a través de los concursos de realización o los proyectos financiados a través de los fondos FOMECA. Según Jorge Rey, director general del canal, sus integrantes se perciben como cineastas, documentalistas, trabajadores/as de los medios y militantes de la comunicación. La razón social utilizada para funcionar es una asociación civil, esta herramienta sin fines de lucro gestiona la emisora con el objetivo



*Entrada a Proa Centro TV*

de lograr una pantalla que visibilice a la comunidad, defienda su “patrimonio tangible e intangible”, ayude a la “formación del pensamiento crítico”, fortalezca a la ciudadanía y elabore “un archivo audiovisual de personas, hechos y tradiciones” (Rey, entrevista 2018).

El paisaje serrano y sus tradiciones ayudan a conformar la identidad de la emisora, un “ser y pertenecer” a Traslasierra que está ausente en los medios comerciales. Rey sostiene que

la propia geografía de montaña dispersa a los habitantes, los pueblos, los parajes. El hombre de a caballo transita con su historia de costumbres y tradiciones. La peperina, el poleo y la menta perfuman los senderos cuando pasas. Latinoamérica se presiente cuando te alejás del eje turístico-comercial. Largo y ancho el territorio, pocos sus habitantes. [...] Pasaron 20 años y seguimos descubriendo traslasierra. Eso nos hace felices. Va mucho más allá de un centro de producción audiovisual, de un canal de televisión, de un FOMECA o de un presidente circunstancial. Tiene que ver los abrazos, las miradas, los olores. Ese es el verdadero motor de toda la gran maquinaria tecnológica. (Rey, entrevista 2018)

Esta definición centrada en las tradiciones y en las necesidades de representación de quienes habitan la zona serrana, se materializa tanto en la pantalla como en la intervención en la comunidad, y en las numerosas relaciones que PROA Centro mantiene con instituciones del valle y de la provincia: municipios y comunas del Oeste cordobés, centros culturales, centros

de jubilados, cooperativas, artesanos. También tiene un convenio firmado con la Universidad Nacional de Córdoba para la capacitación de jóvenes de la región a través de pasantías, e integra varias organizaciones de segundo y tercer grado centradas en la realización audiovisual y la televisión, que destacan su perfil y recorrido documental: la Asociación de Cineastas de Córdoba (ACCOR), la Red Argentina de Documentalistas (RAD), la Cooperativa de Comunicación Audiovisual TRAMA y las redes de canales comunitarios CONTA y AATECO.

Para Rey, “no somos prioridad para quienes manejan el mapa de medios comerciales y liberales. No permitirán voces disidentes. Nuestro rol se justifica en el territorio, con el vecino, en la escuela, en el club, allí donde somos protagonistas”. “Ser del interior” es un diferencial: “Estamos y nos quieren fuera del sistema. Somos pesimistas (tenemos motivos para serlo) y esperanzados porque seguimos trabajando”. La inserción comunitaria es clave para su sostenibilidad. El canal es una “pata” del centro de producción audiovisual de PROA Centro. Desde el punto de vista de la dimensión de gestión administrativa y de funcionamiento, existen dos áreas bien definidas: realización audiovisual y presencia en la web, entendida como “otra forma de inserción” para el “intercambio de producciones audiovisuales y conocimientos” (Rey, entrevista 2018).

No obstante, la sostenibilidad económica se vive con dificultad. Como se señaló, no existen rentas estables por fuera de los ingresos a través de los proyectos, especialmente los financiados a través de los fondos FOMECA, cuya ralentización y subejecución amenaza la continuidad de las emisiones:

Militamos la Ley 26522. Creamos Canal 9 y participamos y ganamos varios FOMECAS. Crecimos en infraestructura, sostuvimos la producción. Igual sucede con el Fondo Nacional de las Artes y el INCAA. [...] Bienvenidas todas las políticas de fomento al sector audiovisual sin fines de lucro, cooperativas, comunitarios, etc. Pero hoy se pueden convertir en salvavidas de plomo. El objetivo de los FOMECA en la gestión AFSCA no era auditar, controlar, demorar, y menos subejecutar. (Rey, entrevista 2018)

Otras vías de sostenibilidad económica son los auspicios, campañas, aportes de los socios y socias y la tercerización de servicios. Tiene aportes mensuales de la gobernación de la provincia de Córdoba, y de municipios, comunas y cooperativas; también se maneja con el canje por insumos. El centro de producción audiovisual de PROA Centro, “por un tema específico regional”, logran obtener recursos extraordinarios de las instituciones y del sector comercial, además de “todo tipo de facilidades en cuanto a logística para las realizaciones”. Sin embargo, en lo que hace a la administración del canal, los proyectos FOMECA tienen

centralidad y por eso su desarrollo cada vez más lento por parte del ENACOM le devuelve un escenario pesimista.

PROA Centro TV Canal 9 tiene una torre de 24 metros. Realiza pruebas en digital, en los canales 19.1 y 19.2 de la TDA, aunque actualmente se encuentran apagados y sólo emite a través del 9 analógico. Tiene una sala de emisión y un estudio equipado con cámaras, luces, computadoras y monitores, contruidos gracias a las líneas FOMECA de equipamiento e infraestructura para TV. Cuenta con un transmisor marca Liecom analógico de 50 watts, y otro digital de 250 watts de la misma marca, al igual que PAREStv y Barricada TV. Tiene tres islas de edición, una de emisión y cámaras digitales Sony Hxr 2000, 2500 y Pxx 70 4k. Aunque cuenta con el mismo automatizador de video que se utilizan en otros canales comunitarios argentinos, Rey sostiene que se encuentra sin operar por falta de capacitación. La relación con las tecnologías, y dentro de ésta las decisiones acerca de qué equipamiento incorporar, es “intuitiva, a prueba y error. A veces no son compatibles y realizamos malas inversiones. No hemos logrado todavía el interés para desarrollar una agenda de capacitación técnica periódica, *in situ*” (Rey, entrevista 2018).

En efecto, no existe un área técnica ni un rol específico que la atienda. Rey reconoce cierta “ignorancia tecnológica” como el principal obstáculo para el proceso de migración a digital: “Mutar es doloroso, seguimos en trabajo de parto permanente. Incertidumbre. Hoy nos preguntamos: ¿para qué? ¿Debemos militar con el medio o con el cuerpo?” (Rey, entrevista 2018). Pero lo cierto que el consumo de la televisión digital abierta en la zona es “nulo”:

En el interior la TDA no es aprovechada. Hace falta capacitación, tecnología, difusión y promoción del medio digital. Por ejemplo, antes de instalar decos en escuelas rurales, debieron haber instruido a las docentes sobre beneficios de su uso. La comunidad desconoce la TDA. Otra hubiera sido la historia en Córdoba si se hubieran ejecutado los ocho canales proyectados, si hubieran reglamentado la ley [se refiere a su aplicación], si hubieran priorizado efectivamente la comunicación federal. Todo se redujo a Clarín versus AFSCA. (Rey, entrevista 2018)

La sostenibilidad económica, de no a la grilla del cableoperador local “con lo cual ampliaríamos la parte publicitaria comercial”, se tornará imposible. Sin embargo, Rey (2018) concluye: que “es aquí, en este punto exacto, donde nos situamos nosotros, Proa Centro. [...] Como dijo el poeta: Canciones son amores. Nada impedirá que sigamos cantando al paisaje humano y natural de nuestros pueblos. Nada detendrá nuestra existencia”.

#### *4.5.7. Giramundo TV: gestionar para alcanzar el salto tecnológico*

Mendoza es una provincia argentina ubicada en el suroeste de la región cuyana. En el área metropolitana de la capital homónima funciona Giramundo TV, televisora comunitaria cuya sede se encuentra en el departamento de Guaymallén. Este canal transmite en analógico a través de la frecuencia 34, no tiene licencia ni autorización precaria pero cumplió con el censo de emisoras de baja potencia exigido a través de la resolución 03 de 2009, y se encuentra dando los primeros pasos del proceso de migración hacia la tecnología digital. Su pantalla se inserta en un sistema de medios con presencia de dos importantes grupos multimedia: el Grupo América (antes Uno / Vila-Manzano) y Cuyo Televisión.

El Grupo América es el segundo a nivel país, y tiene presencia en 17 provincias. América TV es la principal compañía del grupo y el tercer canal de TV abierta más visto del país; en Mendoza es dueño de El Siete en la capital y del Canal 6 en San Rafael; hasta 2018 fue propietario de Supercanal, el principal operador de TV por cable del interior del país y el único que presta servicios en el área, ahora en manos de CVI Austral LLP, firma bajo control de un grupo inversor a cargo de Carlos Joost Newbery (CarVal Investors, del Grupo Cargill, aportó los fondos para concretar la operación).

Por su parte, Cuyo Televisión, de Sigifredo Alonso, opera el Canal 9 Televida, afiliado a Telefé (Viacom). También integran el sistema mendocino la Televisión Pública, que es la señal estatal nacional (a través del Canal 11). Todos estos canales tienen su espejo en la TDA, a la que se agregan el público Acequia TV (operado por ARSAT) y Señal U, el canal dependiente de la Universidad Nacional de Cuyo.

Giramundo TV, gestionado por la Asociación Civil El Mundo Desde Abajito,<sup>77</sup> funciona en un espacio alquilado y compartido por varias organizaciones sociales y culturales: la Casita Colectiva. Aunque comienza a transmitir en 2009, es el resultado de un proyecto de más largo aliento que tiene su punto de partida en el Noticiero Popular. Tras preguntarse “cuál es el medio de comunicación que no tiene que ir a la población porque la población va a él”, este colectivo de producción audiovisual, integrante de la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA), decidió avanzar en la construcción de un canal propio. Para esto envió a uno de sus integrantes a Buenos Aires para producir un transmisor con el apoyo y soporte técnico del grupo DTL (parte de Antena Negra) y de la TV Piquetera (Marsala, 2012: 75).

---

<sup>77</sup> Se trata de una personería jurídica “compartida” con un bachillerato popular.

Inicialmente la televisora emitía a través de la frecuencia 13; con esta señal se censó en la AFSCA como emisora de baja potencia en 2009. Pero el Grupo Álvarez anunció en 2010 la salida de un nuevo canal 13, y desde ese momento la emisora comunitaria comenzó a denunciar interferencias por parte de esa empresa comercial. Alrededor de este caso, entre otros, se fundó la Coordinadora en Defensa de la Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (CooDeCCAP), con la participación de la RNMA, radios y algunas organizaciones políticas y sociales de izquierda, que confluyó frente a la autoridad de aplicación en Mendoza y en Buenos Aires reclamando una solución que contemplara la preexistencia del canal comunitario. La estrategia para visibilizar el conflicto y permanecer en el aire llevó a Giramundo a negociar con Álvarez, con la anuencia de la AFSCA, un “fondo compensatorio” para moverse al canal 34:

En la negociación se le pidieron 100 mil pesos [...]. Parte de ese dinero fue para la torre que tenemos ahora, y los dipolos. Otra parte se destinó al equipo, que en su momento, en 2012, 2013, salió unos 30 mil pesos, y el resto del dinero fue para el armado del equipo digital que hizo DTL y que después se le prestó Antena Negra para que pruebe la señal y que finalmente, lo terminó expropiando la policía [por la denuncia de Prosegur]. (Silvana Iovanna, entrevista 2018)

Si bien el camino elegido permitió al grupo comunitario comenzar a experimentar con el armado de un transmisor digital, la decisión trajo aparejados problemas importantes al nivel de la estrategia adoptada para la legalización. En concreto, el cambio en la frecuencia nunca fue formalmente reconocido por la ASFCA, a pesar de su participación en el acuerdo logrado con Álvarez. Esto impactó en la ya de por sí débil situación de a-legalidad de la emisora. Cuando comenzaron a emitirse resoluciones con tandas de autorizaciones precarias, Giramundo fue sistemáticamente dejada de lado con el argumento de que no se había censado en la señal que estaba utilizando, pese a la firma de una nota por parte del entonces director nacional de Planeamiento y Desarrollo, Ignacio Cingolani, en la que sostenía que la Asociación había cumplido con esa resolución.

Contar con el censo de 2009 era una de las condiciones que la ASFCA imponía –junto con tener realizada una declaración jurada anual en la AFIP y emitir de manera regular- para ingresar al listado de canales para ser autorizados de manera precaria para emitir en analógico, hasta tanto se produjera el apagón. Sin embargo, no todos los autorizados habían cumplido con las tres exigencias. En 2014, luego de una auditoría realizada por la AFSCA y con la promesa de entrar en una próxima tanda, la emisora continuaba demandando el reconocimiento de lo actuado.

Más tarde, cuando la autoridad de aplicación ordenó la apertura de concursos a través de la resolución 39 de 2015, lo hizo en San Rafael y no en Guaymallén, donde la emisora tenía su planta transmisora, por lo que tampoco pudo concursar por una señal en la televisión digital abierta. En estas condiciones el transmisor digital se envió en carácter de préstamo a Antena Negra; que luego de los decomisos de 2015 y 2016, terminó secuestrado por el juzgado que llevaba adelante la causa por las denuncias de interferencias realizadas por la empresa de seguridad Prosegur, como desarrollamos en apartados anteriores.

No obstante, Giramundo continuó emitiendo durante todos esos años en el 34 analógico, y profundizando articulaciones con organizaciones sociales, culturales y educativas de la zona, dictando cursos y talleres en escuelas y en la universidad. También acompañó y se sumó a redes de medios regionales, donde comenzó a encontrarse con medios pertenecientes a otras redes nacionales. En 2014 acompañó la formación del Colectivo de Medios Comunitarios de Cuyo (CoMeCuCo), junto con Radio La Mosquitera de Bermejo (Guaymallén), Radio Sin Dueño de Tupungato, Radio El Algarrobal de El Algarrobal (Las Heras), Radio Cuyum del Barrio La Gloria (Godoy Cruz), Radio La Pujante de Lavalle, Radio La Paquita de Uspallata (Las Heras) y Radio La Leñera de Potrerillos, algunas de ellas integrantes de Farco; y en 2015 comenzó a participar de la Coalición por una Radiodifusión Democrática de Mendoza.

Esta apertura a nuevas alianzas deja ver un desplazamiento de la postura del canal respecto de las formas de encarar la pelea gremial. En 2016 la televisora abandonó la RNMA,



*Detrás de escena. Giramundo TV*

y pasó a integrar la coordinadora CONTA y la red nacional de producción audiovisual Focos, además de la red regional CoMeCoCu, manteniendo como modelos inspiradores las experiencias de “Pares, Barricada, ANTV y la estrategias de gestión de radios comunitarias” mendocinas. Ese fue un año de “muchísima movilización de integrantes”; la rotura del transmisor obligó a salir del aire por unos meses y en ese tiempo la tarea se concentró en la gestión (poner la personería jurídica al día). La trayectoria y legitimidad lograda entre diferentes actores sociales fue clave a la hora de obtener recursos; y dentro de la gestión, el mantenimiento de la personería jurídica y todos sus trámites asociados se valorizaron como herramientas fundamentales para sostener el proyecto (Iovanna, entrevista 2018).

Desde el punto de vista de la dimensión económica, Giramundo TV se mantiene a través de distintas fuentes. Hasta el año 2014 se sustentó por aportes de sus militantes, venta de bonos y proyectos de extensión de la Universidad Nacional de Cuyo que si bien no permitieron solventar los gastos fijos, colaboraron para adquirir equipamiento y desarrollar la escenografía. En 2015 cobró además “un poco de pauta provincial” no directamente sino a través de CoMeCoCu, que decidió de manera solidaria que los medios que habían logrado acceder a la pauta “iban a ayudar a los medios que no, porque no tenían la personalidad jurídica al día, así que se hizo de manera solidaria y con eso se pudo bancar gran parte del alquiler durante 2015” (Iovanna, entrevista 2018).

El canal recientemente obtuvo una pequeña pauta semestral del departamento de Guaymallén, que también emitió una ordenanza municipal que lo reconoce en su labor cultural, y gestiona un salario social complementario gestionado por la CTEP; además de nuevos proyectos desarrollados con el apoyo de la Universidad y tercerización y venta de servicios, algo de publicidad (“no nos fue muy bien”), canjes y pauta del Sindicato Unido de Trabajadores de la Educación de Mendoza (SUTE). Además, una vez por año la Casita Colectiva recibe fondos enviados por estudiantes de Alemania, que se destinan al pago de los servicios del lugar (Iovanna, entrevista 2018).

A partir de 2015 los fondos FOMECA adquirieron centralidad en el sostenimiento de la emisora. La decisión tomada por sus integrantes es que quienes escriben y participan de la elaboración de los proyectos para fomento cobran honorarios equivalentes a un salario social complementario durante 9 meses (6 mil pesos en diciembre de 2018); todas las personas que perciben estas rentas son integrantes del colectivo y deben cumplir con las diversas tareas del canal (periodísticas, administrativas, de funcionamiento general), y no se subcontratan recursos humanos. No obstante, al no tener títulos legales o provisorios, la televisora queda impedida de

aplicar a las líneas de mayores montos para infraestructura y equipamiento, y solo puede presentarse para obtener fondos en la categoría de productora audiovisual.

Esta situación es producto de diversos factores –algunos ya fueron señalados-, alrededor de la estrategia adoptada para alcanzar la legalidad en un contexto de mucha desigualdad. Iovanna destaca el mal funcionamiento de la delegación Mendoza de la AFSCA (“fue muy discrecional, y con muy poco apoyo a los medios comunitarios en general, con gente que ocupaba cargos que no tenían idea lo que tenían que hacer”); la enorme distancia respecto de la sede central en Buenos Aires, que produjo un gran desgaste sobre la gestión de la emisora; las “malas lecturas” propias y la subestimación y falta de reconocimiento de la experiencia por parte de la autoridad de aplicación, que se prolongó hasta 2015.

Ese año se realizó un encuentro de productoras en Mendoza; en ese marco

funcionarios y funcionarias visitaron el canal y prometieron la apertura del concurso, pero eso fue en septiembre y en diciembre tuvieron que dejar la gestión y se intervino el organismo. Entonces hubo acercamiento, hubo lecturas malas por parte de Giramundo, repito, pero también hubo descrédito del trabajo y eso desmotivó a algunas compañeras que estaban llevando adelante sobre todo el trabajo de gestión para poder hacer efectivas las políticas de fomento. (Iovanna, entrevista 2018)

En este sentido la valoración de la regulación a través de la ley SCA y su aplicación pivotea entre “la oportunidad”, el “desgaste” y “cierto fracaso”. Iovanna sostiene que “los procesos de aplicación de la ley fueron muy desiguales en las provincias”, lo cual en algunos casos achicó las condiciones de posibilidad frente a los procesos de legalización y, consecuentemente, de digitalización, a ver reducidas las oportunidades de acceso al fomento capaz de acompañar la migración a digital. Estas políticas

potencian mucho los proyectos, pero nosotros nunca pudimos concursar equipamiento de televisoras porque estamos registrados en ENACOM como productora, porque al no haber apertura de concursos siempre quedamos al margen. Por eso decidimos presentarnos como productora, que era lo que nos daba y así poder ir obteniendo fondos para reinvertir no sólo en equipamiento de transmisión si no en mejorar la producción. [...] Es la única manera que encontramos que las políticas de fomento nos sirvan para algo más que producir programas, que por ahí después no tenés ni pantalla por donde pasarlos. (Iovanna, entrevista 2018)

Esto se proyecta sobre el universo de canales comunitarios, que muestra que aquellos que tienen resguardo legal formal han logrado en su mayoría avanzar más rápido y más firme en la transición tecnológica hacia la TDA, aunque también aparece la “solidez del equipo de

trabajo” como otro de los elementos clave para realizar con éxito dicha transición. Giramundo no tiene áreas claramente establecidas; muchas de las tareas recaen sobre sus integrantes combinando la atención administrativa y técnica en conjunto. De ahí que ampliar el grupo de trabajo, hacerlo estable y valorar las tareas de gestión como vías para lograr el salto tecnológico se vuelvan una prioridad.

Lo más complicado es conseguir montos suntuosos de dinero para poder invertir [...], entonces todo este año también tuvimos que debatir mucho la necesidad de la gestión para poder hacer un salto tecnológico y de producción. El que hace audiovisual porque le encanta el audiovisual no entiende que la gestión es la herramienta para poder mejorar su producto, entonces eso fue una dificultad muy grande que tuvimos que afrontar y todavía afrontamos porque no conseguimos el dinero para hacer el salto tecnológico. (Iovanna, entrevista 2018)

Por último, las decisiones que tienen que ver con el quehacer del proyecto, y dentro de éstas las definiciones acerca de la tecnología a incorporar, se toman en reuniones semanales de todo el colectivo. En este proceso se valora la relación con algunos proveedores que prestan asesoramiento para el uso y mantenimiento de los equipos adquiridos, el apoyo de otros canales comunitarios y el diálogo con técnicos y radioaficionados que desde distintas aristas van componiendo el cuadro tecnológico de manera intuitiva, con ensayo y error. Todavía hay pocas herramientas de iluminación para el piso, mientras que “los decorados los fuimos mejorando con el asesoramiento y la participación de la cátedra de Diseño Escenográfico y Televisivo” de la Universidad Nacional de Cuyo.

La emisora mendocina aún transmite en analógico, y se encuentra evaluando las posibilidades para adquirir un transmisor digital. En la actualidad cuenta con un equipo UHF de 200 watts, modulador de amplificación conjunta de la marca Liecom (“consultamos mucho por el mantenimiento de equipos a Liecom, por teléfono o mail”), y una torre de 24 metros con ocho dipolos, logrando una llegada de aproximadamente 5 kilómetros a la redonda. Recientemente incorporó el software Vmix como automatizador de video, en un lento proceso de digitalización de la línea de control y de registro que suma a los problemas citados hasta ahora los altos costos del equipamiento, por un lado, y la escasez de técnicos especializados en la zona “con mirada política y comunitaria”, por el otro.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> Iovanna ejemplifica esto explicando que “todas las radios y teles comunitarias trabajan con el mismo torrista, y nunca tiene disponibilidad” (entrevista 2018).

#### *4.5.8. ENTV: un canal con la trayectoria de Radio Encuentro*

Viedma es la capital de la provincia patagónica de Río Negro. Ubicada en la margen derecha del tramo final del río Negro, frente a la ciudad bonaerense de Carmen de Patagones, tenía en 2010 más de 50 mil habitantes; tomando en conjunto la Comarca Viedma Patagones, la población asciende a casi 75 mil habitantes, de acuerdo con el censo 2010 realizado por el Indec. La ciudad alberga una de las radios comunitarias con más tiempo en el aire, Radio Encuentro, que tiene una trayectoria de 28 años de comunicación popular. Esta radio, gestionada por la Fundación Alternativa Popular en Comunicación Social, está en la base del proyecto de ENTV, “un espacio de comunicación local con herramientas audiovisuales”.<sup>79</sup> Creada en 1990, “impulsó en años posteriores la Red Norpatagónica de Radio Populares y participó en la creación del Foro Argentino de Radios Comunitarias” (Farco), del que forma parte de su mesa directiva.<sup>80</sup>

El canal surge de la propuesta impulsada por esta emisora emblemática, “cuando todavía no teníamos cámaras”, hacia un grupo de realizadores de la zona, para registrar los testimonios de los testigos de Viedma en las instancias del juicio por delitos de lesa humanidad al V Cuerpo del Ejército desarrollado en la ciudad de Bahía Blanca. De acuerdo con Cristina Cabral, referente de ENTV, esta producción colectiva, que también incluyó la participación de alumnos



*Switcher y automatizador de video en el control de ENTV.*

<sup>79</sup> <http://www.entv.org.ar/entv/>

<sup>80</sup> <http://www.entv.org.ar/encuentro-de-canales-comunitarios/>

y alumnas de una escuela secundaria que hoy tiene una radio escolar, dio lugar al mediometrage documental *El testigo*, realizado en 2012 por el equipo promotor del canal. A partir de esta primera experiencia, la idea de instalar una televisora tomó forma, partiendo de la base de la inserción territorial de Radio Encuentro (Cabral, entrevista 2018).

La propuesta se materializó en 2014, cuando comenzaron las transmisiones en la señal 5 analógica, siendo la única televisora local abierta y gratuita de la Comarca. Las emisiones continuaron hasta 2016, cuando ENTV fue intimada por la compañía Supercanal (en ese momento, todavía propiedad del grupo Vila Manzano) a cesar en las transmisiones por supuestas interferencias. Este ataque fue leído por el colectivo como el resultado de la derogación de artículos fundamentales de la ley SCA, norma que habían contribuido a materializar a partir de la participación en la Coalición por una Radiodifusión Democrática, y de un largo trabajo de promoción del derecho a la comunicación tanto en ámbitos locales y regionales como en nacionales e internacionales (ver en Busso y Jaimes, 2011; Kejval, 2018; Segura, 2018).

En 2015, en el contexto de la apertura a concursos realizada por la entonces AFSCA, ENTV se presentó para obtener una licencia en televisión digital abierta, categoría k, en la modalidad licenciatario operador. Este concurso fue posterior a aquellos que dieron ganadores a PAREStv, Barricada TV, Urbana TeVé y Comarca SI; por esta razón, la substanciación y la consecuente adjudicación en el canal digital 31.1, en formato HD 720 con una tasa de transmisión de hasta 7 MBIT/S, llegó después de numerosas presiones ante el ENACOM, recién en julio de 2017, a través de la resolución 5184/ENACOM/2017. Al respecto, la emisora explica que

con la nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en plena vigencia y un equipo de trabajo comprometido con la compleja tarea de hacer funcionar un canal de televisión, se llamó a concurso y nos presentamos para obtener nuestra licencia. A los pocos meses se produce el cambio de gobierno nacional. El nuevo gobierno modifica sustancialmente la LSCA con una serie de Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU) que fueron y siguen siendo cuestionados por su inconstitucionalidad. En ese nuevo contexto esperamos más de un año para que el organismo nacional ENACOM defina los resultados del concurso. Luego de reiterados reclamos y pedidos de informes recién en el mes de julio del año 2017 logramos obtener nuestra licencia de televisión digital abierta para transmitir por aire de forma gratuita a la comarca Viedma Patagones.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> “Tomado de <http://www.entv.org.ar/entv/>

Tres meses después ENTV ya estaba en el aire de la TDA. De acuerdo con Cabral, la digitalización implicó

un cambio principalmente en la calidad de la emisión. En Viedma la televisión analógica sigue siendo de muy baja calidad, allí se puede ver el canal provincial y el Canal 7 nacional. Cuando salimos en analógico, sabíamos que era un ensayo para la digitalización. Al salir en digital cambió radicalmente la valoración de nuestras producciones y la de todos los realizadores. (Cabral, entrevista 2018)

Para llegar a este punto, quienes impulsan la televisora –que se perciben como trabajadores/as y comunicadores/as sociales- recorrieron otras emisoras alternativas en busca de asesoramiento para la adquisición del equipamiento apropiado tanto para transmisión como para el conexionado de control, y para la elección y uso del automatizador de video, conociendo las prestaciones del software Vmix. Hoy cuentan con un transmisor digital de la marca cordobesa Liecom; modulador, multiplexor y encoder de la casa porteña Videoswitch; y comparten la torre con la radio. Nadie en el equipo tenía experiencia previa en televisión, por lo tanto “vamos trabajando con pruebas y errores. Nos capacitamos con profesores de la Universidad que nos acompañan y fue clave en todo momento el asesoramiento de *compañeres* de canales comunitarios como Pares y Barricada” (Cabral, entrevista 2018).

Si bien el canal no integra aún ninguna de las redes específicas del soporte, como CONTA o AATECO, interviene desde la radio a través de la participación en Farco a nivel nacional y en la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) a escala regional. Esta práctica de relacionamiento institucional le permitió, en conjunto con la radio y la Fundación, organizar un encuentro de canales comunitarios argentinos destinado a conocer otras experiencias, que se realizó en Viedma en 2018 con el apoyo de Farco, el Área de Comunicación del Centro Universitario de la Universidad Nacional del Comahue, la licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de Río Negro y la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Comunitarios de la Universidad Nacional de Quilmes.

En este encuentro se buscó conocer y poner en común el trabajo de las televisoras alternativas, populares y comunitarias operativas en abierto en el país, desde la perspectiva del ejercicio del derecho a la comunicación. En Río Negro, en la ciudad de Bariloche, también emite en digital el canal Wallkintun TV, operado por una comunidad mapuche a través de la reserva específica para pueblos originarios consagrada en artículos vigentes de la ley SCA. También se analizaron en el encuentro estrategias de trabajo en red (todas las experiencias confluyen en InterRedes) para enfrentar los cambios en la política de comunicación y

regulación de medios arbitrados por el gobierno de la alianza Cambiemos, se intercambiaron saberes y se debatió acerca de las transformaciones tecnológicas y su incidencia en las formas de producción de la televisión comunitaria.

Debido a la trayectoria previa de Radio Encuentro, ENTV nació con un esquema organizativo más aceitado que el de las otras emisoras. El canal comparte el equipo de gestión con la radio, incluyendo el área administrativa. Luego hay equipos de trabajo por roles o producciones: por ejemplo el equipo del informativo, el equipo encargado de la sala de operación y de equipamiento, el equipo de programación. El área técnica se ocupa del manejo de equipos de transmisión, y de los equipos de registro. También se destina una persona a la atención responsable del estudio. Las decisiones se toman en reuniones mensuales de todos los integrantes, tanto de la radio como del canal, que suman unas 15 personas en total.

El acuerdo que tenemos es que *todes les compañeres* que trabajan una hora diariamente, cinco días a la semana, cobran un valor-hora. De acuerdo a los fondos disponibles va aumentando el valor-hora. Compañeros que no trabajan diariamente y disponen de otros empleos, en general somos docentes, no cobran. [...] Los que cobran, cobran lo mismo. (Cabral, entrevista 2018)

La emisora se sostiene a través de los fondos FOMECA para infraestructura y equipamiento, producción de informativo diario y gestión (“Para nosotros fueron clave las políticas de fomento para la incorporación de tecnología”); venta de publicidad, trabajo voluntario y aportes de la audiencia (el canal cuenta con un grupo de aportantes, aunque el monto recaudado no permite un sostenimiento centrado en esta fuente). Además, de acuerdo con Cabral, “creamos con los realizadores una cooperativa de trabajo, de producción audiovisual. Tratamos de separar la producción de contenidos de la gestión de la pantalla”; no obstante “no hemos podido acordar con los productores regionales ingresos por la emisión de sus programas” (Cabral, entrevista 2018).

En la actualidad, ENTV cuenta con cámaras HD, micrófonos de mano e inalámbricos, computadoras para edición video y audio (en su mayor parte, adquiridas en la casa porteña de soluciones en audio y video Digital Center); estudio con sala de transmisión y edición, parrilla de iluminación, decorados, dos aulas destinadas a capacitación y un depósito. El canal funciona en una casa propia que comparte con Radio Encuentro. También comparte con la radio una camioneta que funciona como móvil, el estudio de radio para grabar audio y para hacer programas; así como la cuenta bancaria y la asesoría legal y contable. Es decir que de la trayectoria de la radio se desprenden no sólo numerosos vínculos con la comunidad, sino que

también se potencia el trabajo de la televisora desde el punto de vista de la dimensión de gestión, administrativa, de infraestructura y, en parte, de contenidos, que se comienza a pensar de manera multimedia:

Como la radio tiene un perfil informativo, el informativo de la tele se empezó a hacer con el equipo del informativo de la radio de la mañana, porque los cronistas de la mañana salen con una cámara. Esa fue la primera decisión que tomamos; el mismo móvil que sale desde distintos puntos de Viedma lleva un camarógrafo. Eso se edita y forma parte de lo que va a salir a la noche. A eso sumamos otro móvil a la tarde, solamente de la tele. (Cabral, entrevista 2018)

En este sentido, la “territorialidad” del proyecto que incluye a la radio y al canal se verifica también en las coberturas, en los temas “donde nuestra agenda está muy presente”, como las luchas de la clase trabajadora, de los y las estudiantes, la defensa de los derechos humanos, los casos de gatillo fácil y las luchas de las mujeres. Cabral explica que “esos temas los trabajamos juntos y se potencian, los pensamos multimedialmente”. No obstante, cada espacio tiene, además de los encuentros colectivos, sus necesidades y reuniones específicas para resolverlas. Por ejemplo en lo que hace a la programación, que está atravesada por lógicas y lenguajes diferentes. Mientras la programación de la radio se compone de 20 programas realizados por con organizaciones sociales de Viedma, el canal trabaja con realizadores locales, productoras independientes de distintos lugares del país y con otros canales comunitarios. Por eso, a partir de su propia tarea, “abrió los convenios con productoras regionales, de institutos de formación en cine y artes audiovisuales de la Patagonia” como el IUPA, la UNRN y el ENERC (Cabral, entrevista 2018).

Radio y canal se potencian mutuamente, pero esta potencia no está exenta de tensiones que se van resolviendo con el desarrollo de la práctica. La posibilidad de trabajar en conjunto elevó el punto de partida de ENTV, y la radio se beneficia a partir del crecimiento del proyecto. La posibilidad de trabajar la línea ingresos a través de la publicidad se ve mejorada con esta propuesta, ya que incluye a la radio, el canal y la página web, aunque esta vía todavía se encuentra en una fase inicial de la búsqueda. La experiencia demostró que, a pesar de existir originalmente un “temor de que la niña mimada iba a ser el canal, y que nadie le iba a dar bolilla a la radio”, ambos medios se potenciaron mutuamente.

En resumen: Para lograr el tránsito a la alta definición, en el recorrido de ENTV se combinaron varios elementos. Objetivos claros, contenidos locales con participación de

organizaciones sociales y productoras regionales. Una fuerte inserción en su comunidad de pertenencia, y los largos años de ejercicio de la comunicación popular y de pelea por la democratización de la comunicación en foros nacionales e internacionales ampliaron las condiciones para que la migración pudiera ser realizada con éxito. El vínculo con otros canales comunitarios, que antecedieron a la televisora en el proceso de digitalización, fue una importante orientación para la toma de decisiones acerca de los equipos a adquirir.

A esto se suma un equipo de trabajo que –como ya se destacó- parte de un piso sólido, capaz de gestionar de manera colectiva y organizada la relación con el organismo de aplicación en términos de lograr concursar y luego obtener, en un contexto de regresión de derechos, una licencia en televisión digital. Cabral sostiene que

no pensamos la televisión comunitaria como la pequeña, precaria y pobre. En el tránsito a la digitalización no hubo cambios el proyecto político comunicacional. Seguimos debatiendo todo el tiempo qué sentido va adquiriendo lo comunitario en nuestra pantalla. Por ejemplo ahora estamos construyendo una identidad que se aparte de “canal comunitario”, para ir hacia “canal abierto y gratuito local”. Somos el único canal de televisión abierta de Viedma y Patagones. (Cabral, entrevista 2018)

Pero, si bien la vacancia de canales locales abiertos constituye una oportunidad, la consolidación de ese lugar en el sistema de medios de la región enfrenta múltiples debilidades, que siguen configurando barreras de entrada para el ingreso de las televisoras del sector social comunitario al mapa de medios. Las dificultades que surgen de la ralentización de los fondos FOMECA es para todas las experiencias uno de los puntos clave a atender, así como el debate sobre la pauta oficial. El desfinanciamiento de la TDA, y de las políticas de promoción y difusión del encendido en los hogares, sumado al consumo masivo de la televisión de cable, es otro de los problemas que las emisoras deben atravesar para encontrarse con sus audiencias.

Sobre este aspecto, Cabral concluye que

el gobierno no promueve en la actualidad la TDA. Por lo tanto no hay políticas que faciliten a los canales comunitarios la promoción de la televisión abierta en las regiones. No hay respuesta por problemas técnicos en nuestra región. La principal barrera en nuestro caso es que el estado no cumpla con los plazos de ejecución del los FOMECA. Cuando el Estado cumplió, nosotros hicimos producciones con anclaje local, de calidad y que en muchos casos permitió que las organizaciones de la comunidad pudieran tener materiales audiovisuales que contaran sus historias y luchas. (Cabral, entrevista 2018)

#### *4.6. Condiciones y estrategias para la migración de la TV alternativa, popular y comunitaria en Argentina*

Las televisoras estudiadas se desarrollaron en dos tiempos: primero, como búsquedas asociadas a las demandas de expresión de grupos sociales en el pos 2001, concretamente aquellas originadas en el impulso del movimiento piquetero, las asambleas populares, las fábricas recuperadas y las organizaciones culturales (como Argentina Arde o Adoc). Es un momento de experimentación que combina las tecnologías digitales para el registro pero que permanece anclada en el mundo analógico para la transmisión. En este período surgen nuevos canales, después de un quinquenio de silencio que cerraba la etapa inicial en el desarrollo de la televisión alternativa en el país, iniciada en los últimos años de los 80 en el marco de la multiplicación del fenómeno de las radios comunitarias (tema que desarrollamos en Vinelli, 2014).

La Televisión Piquetera está en el origen de La Comunitaria TV de Claypole, el Canal 4 Darío y Maxi en Avellaneda, y más tarde en Barricada TV y Antena Negra; en Mendoza, Ojos del Plata y el Noticiero Popular anteceden a Giramundo TV. En estos casos, el perfil sociocultural de los y las emisores se vincula con las organizaciones de base; en algunos la presencia de técnicos/as especializados/as, personas con formación universitaria o estudiantes de comunicación, imagen o cine, sumado a la presencia de activistas antiglobalización, aportan al clima inicial de experimentación en los barrios populares. Como señalamos en capítulos anteriores, fueron experiencias centradas en “la posibilidad de hablar, de expresarse”, de “recuperar la palabra”, insertas y orgánicas al movimiento social (en los términos planteados por Mata, 2011).

El segundo momento en el desarrollo de las televisoras que hoy transitan a digital está marcado por la lucha por la democratización de las comunicaciones, que se coronó con los debates que llevaron a la sanción de la ley audiovisual. Este horizonte de época permitió ubicar el problema de la expresión en relación con la concentración mediática, enfocando la alternatividad desde la perspectiva de la comunicación como derecho. La Coalición por una Radiodifusión Democrática sintetizó esta perspectiva en los 21 puntos que inspiraron la ley 26.522. Esto lleva a resaltar la comunicación como derecho humano, y la vincula con el derecho de la comunicación y la economía política, al aparecer en contraste con los problemas derivados de la concentración.

Justamente, los canales emergieron como resultado de una demanda de expresión de realidades no comprendidas en los medios nacionales, sean grupos sociales (los/las habitantes de la villa con Urbana TeVé, o los/las jóvenes con Antena Negra y Canal 4 de Mar de Ajó), o

culturas y tradiciones locales (como en Proa Centro, ENTV o PAREStv). La necesidad de representación de la comunidad es un denominador común entre todas las experiencias, incluso aquellas asentadas en la CABA, que si bien es sede de los grandes canales, no cuenta con antenas dedicadas a cubrir sus conflictos y vida cotidiana. Esta realidad se acrecienta en las provincias, ya que el sistema está fuertemente centralizado en el centro administrativo y económico del país, opacando las realidades regionales.

Al observarlas en una línea de tiempo, encontramos que siete de las ocho televisoras analizadas comenzaron a emitir durante el período marcado por el debate y sanción de la ley SCA, en tanto que la octava (ENTV) comenzó a funcionar en 2014 y se considera hija de la norma. Es más, 2009 –año de aprobación de la ley- es cuando muchas de ellas comienzan a emitir (PAREStv, Canal 4 de Mar de Ajó, Giramundo, Proa Centro), o dan inicio a la construcción de sus estudios (Barricada TV, Antena Negra, Urbana TeVé). La efervescencia de esos años puede medirse al revisar el censo de emisoras de baja potencia ordenado mediante la resolución 03/2009 del entonces COMFER: si bien es desproporcionado, el censo muestra la existencia de numerosos proyectos en marcha, empujados por la promesa de apertura de la ley y advirtiendo en la reserva del 33 por ciento una oportunidad para crecer con propuestas alternativas.<sup>82</sup>

No obstante, de este universo fueron pocas las que alcanzaron licencias: los concursos fueron tardíos y la política de la AFSCA hacia el sector comunitario no estuvo a la altura de la normativa emanada de la propia ley; en tanto que el fondo de fomento recién se puso en marcha hacia fines de 2013. Marino & Guimerà (2016) sostienen que hasta ese año el comportamiento del Estado mostraba falta de interés para promocionar a estos actores, e incompreensión acerca de su naturaleza. De este modo, los comunitarios no eran vistos como un “actor útil en su batalla por democratizar la comunicación y, sobre todo, capaz de competir con los grandes grupos a los que el ejecutivo estaba enfrentado. El objetivo prioritario era, y así se reconocía explícitamente desde ASFCA, desconcentrar a Clarín” (Marino & Guimerà, 2016: 216).

Esto, sumado al desconocimiento inicial acerca de la tecnología digital, el costo del equipamiento y la desigualdad desde la que parten estas emisoras en el camino burocrático que exige la tramitación legal (recordemos que entre las experiencias de la muestra, “tener los papeles al día” se ubica entre los principales elementos a la hora de transitar una estrategia hacia la legalidad), hizo que muchas derivaran en productoras audiovisuales o fueran dejando de

---

<sup>82</sup> Nos detenemos en este punto en Vinelli, 2015.

emitir, al no poder sostenerse en esas condiciones. El caso de Antena Negra, con dos decomisos, ilustra al extremo estas dificultades y marca los límites de lo actuado.

También hay que destacar que las televisoras alternativas, populares y comunitarias se ubican en un lugar de asimetría económica en la periferia del mapa de medios. Si bien, como venimos mostrando, muchos de los canales surgen en escenarios mediáticos con poca o nula oferta de televisión abierta local, el grado de concentración del sistema televisivo y la penetración masiva del cable, sumado a los problemas de arrastre acerca de la sustentabilidad de los medios y al escaso encendido de la televisión digital, dificultan sus posibilidades de desarrollo en escalas mayores que las que dicta la proximidad. Además, como sostienen Monje & Rivero (2018a), el reordenamiento del espectro que se encuentra actualmente en curso se orienta a la expansión del mercado de las telecomunicaciones, y pone en riesgo la continuidad de la TDA, marco en el que se inscriben las experiencias aquí trabajadas (Monje & Rivero, 2018a: 53).<sup>83</sup>

La mitad de los canales abiertos operativos en el período 2008-2018 se ubica en el área metropolitana de Buenos Aires o en la provincia de Buenos Aires. Esta zona, que es la más densamente poblada del país, mantenía en 2017 una tasa de encendido de la televisión digital abierta del 5,1 por ciento en la Ciudad y del 7 por ciento en la provincia; en tanto que a nivel país el consumo de esta última es del 5 por ciento, según los datos de la encuesta de consumos culturales elaborada por el SINCA en 2017.<sup>84</sup> Sin políticas de difusión y profundización de la TDA, apertura de nuevos concursos y promoción de la pantalla, el escenario de inserción de las televisoras se achica considerablemente. Por eso el proceso de digitalización de las emisoras alternativas y comunitarias en Argentina tiene el horizonte puesto en el ingreso al cable, como mandaba el artículo 65 de la SCA y como establecen las más recientes resoluciones 1394/2016 y 5160/2017.

PAREStv es la única que logró este objetivo. Como recogimos en el apartado destinado a esta televisora, la cableoperadora Telered, que presta servicios en Luján, firmó con el canal comunitario un acuerdo para distribuir la señal de manera gratuita en su plataforma de

---

<sup>83</sup> Martín Becerra (2018a) también explica que el DNU 267 de 2015 promovió “un giro de 180 grados a las cuestiones promovidas por el kirchnerismo”. La política de comunicación de Mauricio Macri “abandonó el discurso de la democratización de los medios y se lo reemplazó por el desarrollo del mercado y la necesidad de atraer inversiones. Con el tiempo, se incluyó la promoción de la convergencia como concepto orientador de una mayor eficiencia en sector que de acuerdo a su diagnóstico se encontraba ‘atrasado’. Sin embargo, los sucesivos parches zurcidos al calor de las necesidades expansivas del Grupo Clarín a las telecomunicaciones, que celebra con la fusión Cablevisión-Telecom, y de los lamentos de su competidor Telefónica siempre conmutados desde Madrid, tampoco alcanzaron a diseñar un marco normativo realmente ‘convergente’”. (Becerra, 2018a)

<sup>84</sup> Los datos están disponibles en <https://encuestadeconsumo.SINCA.gob.ar>

contenidos digital HD. Debido a la vacancia de contenidos comunitarios en una ciudad donde éstos son valorados por las audiencias, su propuesta de una pantalla local profesionalmente realizada constituyó una oportunidad en el mediano plazo. La cooperativa de trabajo comenzó con un programa de cable en 2008, para montar el canal en 2009, obtener una autorización precaria en 2013, la licencia en TDA en 2015 y la habilitación de su planta transmisora en 2018. La inversión en equipamiento digital rindió sus frutos: el enlace a un encoder en la sede de la cablera permite trasladar la señal desde los estudios ubicados en Jáuregui por ISDB-T al nodo Luján de Telered, y por IP a la central de San Miguel.

Sin embargo, la posibilidad del ingreso a la grilla de la televisión de pago es una respuesta a la debilidad de la TDA, cuyo encendido es lento. Las pautas de consumo televisivo en Argentina y políticas de difusión y contenidos deficientes hacen que la penetración en los hogares sea muy débil. Además, si bien como desarrollamos antes, existieron políticas de inclusión digital a través de programas de reparto de decodificadores entre los sectores vulnerables, esta política no fue acompañada por la instalación de los mismos ni por una pedagogía sistemática acerca de su instalación, uso y posibilidades. En este punto es interesante marcar que tanto PAREStv como Antena Negra ofrecieron a sus televidentes el servicio de instalación del deco y la antena de manera gratuita, a fin de ganar en audiencias.<sup>85</sup>

Diego Gusmerini explica que, en la medida en que no se produzcan nuevos contenidos en la televisión digital, difícilmente el encendido crezca.

El contenido en la televisión digital está muy deteriorado, si bien estamos bien en cantidad de señales –por ahí podrían ser unas 10 más-, el hecho de que la hayan vaciado de contenido, que Encuentro no produzca más, que Paka Paka no produzca más, que los canales de aire no tengan Fútbol Para Todos, [...] que no se le agregue contenido a esa plataforma digital hace que la gente en cuanto pueda pagar se pase al cable, y todavía el cable no es un lugar al que uno entre y salga cuando quiere. A nosotros nos llevó 10 años poder estar en una de las dos cableoperadoras. (Gusmerini, entrevista 2018)

Los 10 años a los que hace referencia Gusmerini dan cuenta de los obstáculos que los canales alternativos, populares y comunitarios deben enfrentar para ingresar al sistema de medios. El tiempo que llevó a la emisora que ha llegado más lejos en la estrategia para alcanzar el encuentro con sus audiencias se puede dimensionar con contundencia si lo comparamos con la cantidad de años que dura una licencia de televisión, que también es de una década. Esto

---

<sup>85</sup> “Cuando logramos la digitalización y sentíamos que integrábamos a una grilla de 20 o 16, 17 canales cuando apareció la televisión digital (la plataforma ARSAT fue un antes y un después), gente que empezó a vernos, tuvimos una repercusión importante. [...] La gente se instalaba a la antena, dábamos el servicio gratuito para la instalación de los deco”. (Gusmerini, entrevista 2018)

muestra que a cada paso dado por el sector más débil de la comunicación se alcanzan nuevas barreras; una es la vigilancia de las corporaciones mediáticas para trabar el camino a la emergencia de nuevos actores. Como subraya Mariano Suárez, “cada autorización, permiso o licencia otorgado por el Estado tras la sanción de la LSCA fue judicializado” por ATA, la cámara empresaria de la televisión argentina (Suárez, 2018: 41).

PAREStv produce contenidos deportivos en vivo de las actividades que suceden a diario en su ciudad. De todas las disciplinas, la que se lleva la mayor atención es el fútbol, debido a que la emisora sigue desde 2011 las campañas del ascenso de los dos clubes de la zona: Luján en la Primera C y Flandria en la B Nacional. Sin embargo, en mayo de 2017 la emisora fue intimada por TRISA, del grupo Clarín, a cesar con todas las producciones audiovisuales de Flandria, ya sea en vivo o en diferido, resumen, gol, mejor jugada o imagen de la tribuna, en cualquiera de las plataformas: el canal 32.1 TDA, YouTube o el portal digital, bajo amenaza de sanciones económicas.

Barricada TV, el otro canal que logró la habilitación de su planta transmisora, tardó ocho años en pasar “de una plataforma de *streaming* y un servicio analógico que ya no formaba parte de los consumos de los televidentes porteños” a ocupar, “bajo legalidad plena, un lugar en la grilla de la televisión digital abierta” (Suárez, 2018: 96). Pero durante todo 2016 la emisora (y con ella sus licenciatarias vinculadas, Urbana TeVé y Comarca SI) fue interferida por la señal de Canal 13, en un hecho inédito en la radiodifusión en el país: un canal sin fines de lucro con todos sus papeles en regla estaba siendo afectado por un canal comercial con sus papeles vencidos, ante la inacción del organismo de aplicación.

Como profundizamos en apartados anteriores, la situación encontró una salida en los primeros meses de 2017, luego de una campaña que incluyó la presentación de un amparo en defensa de los intereses de la emisora comunitaria y de sus audiencias, el trabajo con los organismos internacionales que defienden el derecho a la libertad de expresión, el apoyo de diputados y diputadas nacionales y de la Defensoría del Público, y la movilización permanente de las organizaciones del sector, nucleadas en InterRedes. El resultado fue la reasignación de las televisoras comunitarias al canal digital 32.1 (lo cual implicó gastos importantes debido al cambio de equipos de transmisión y adaptación del filtro de máscara para el nuevo canal digital, diferente del concursado), y la elevación de la categoría k (11,3 km de cobertura) a la i (17,7 km), sin tocar los intereses de Artear (Canal 13).

En otras palabras, con la habilitación de PAREStv y Barricada se abrió la posibilidad del ingreso a la grilla del cable. Pero al cierre de este trabajo, sólo el primero lograba poner sus contenidos en la compañía local. Las otras cableoperadoras, Cablevisión y Telecentro, no

contestaron ninguna de las presentaciones de las emisoras, que una vez más debieron recurrir a la vía judicial. El ENACOM, por su parte, no se expidió sobre el tema, y coherente con su conducta de beneficios hacia los actores industriales concentrados –y especialmente hacia el Grupo Clarín-, brilló por su ausencia al no ordenar a las empresas cumplir con la norma, lo cual lo ubica en un rol de amortiguador de la competencia. La combinación entre el celo de las corporaciones de medios, la inacción o la lentitud del organismo de aplicación para regular cuando el beneficiario es el sector comunitario y las dificultades que esto acarrea en términos de sostenibilidad económica son condiciones que conspiran contra el desarrollo de los proyectos, afectando el derecho a la libertad de expresión de emisores y audiencias, reduciendo a los comunitarios a un lugar testimonial y por lo tanto limitando la competencia que podrían sufrir los grandes medios en escenarios locales o regionales.

Por otra parte, durante los años de debate y sanción de la ley audiovisual hasta 2015 las televisoras valoraban el reconocimiento del actor y la progresividad de la norma, con matices que van desde la crítica a la aplicación parcial (Barricada, Giramundo), la demora en la apertura de concursos que permitieran poblar el 33 por ciento del espectro destinado al sector no lucrativo (Antena Negra, Barricada, Giramundo), hasta las implicancias de la disputa con Clarín (PAREStv, Canal 4 de Mar de Ajó). Desde diciembre de 2015, todas las personas entrevistadas manifiestan atravesar una etapa de enorme regresividad en materia de derechos, que se expresa en la ausencia total de concursos y en la ralentización en la ejecución del fondo de fomento destinado al sector, y que analizamos en extenso en el apartado 4.3. Al constituir un universo muy chico de emisoras con bajo poder relativo, sus posibilidades de incidencia sobre las políticas de comunicación dependen en buena medida de las estrategias adoptadas de conjunto, así como de las articulaciones más amplias que son capaces de construir con otros medios del sector social comunitario y, más ampliamente, con otros actores sin fines de lucro (Segura, 2013).

Los canales se nuclearon en distintas organizaciones de segundo y tercer grado, de acuerdo con la lectura de la coyuntura y con sus afinidades políticas y comunicacionales: el Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, AATECO, la RNMA, Farco, CONTA; en 2016, la confluencia en InterRedes. Esto aumentó las posibilidades de resistencia del fenómeno en momentos de retroceso, y permitió un abordaje colectivo de los principales conflictos a lo largo del período estudiado, aunque la unidad fue más contundente durante el macrismo que durante el período anterior, con mayores diferencias en cuanto a la caracterización del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (en ese momento, AATECO aparece como espacio en el que recalcan PAREStv, Urbana TeVé, Canal 4 de Mar de Ajo y Proa Centro, aunque este último es

el único que permanece asociado a esa entidad, y los demás conformaron CONTA junto con Barricada y Giramundo).

El recorrido a través de una década muestra que pese a las dificultades enumeradas muchas de las emisoras continúan en el aire y asumen con relativo éxito la transición hacia la tecnología digital; en tanto que otras fueron obligadas a reconvertirse. El marco regulatorio favorable al impulso de medios no lucrativos es reconocido en todos los casos como una de las condiciones necesarias para que las emisoras logren sortear con éxito la migración antes del apagón analógico, junto con políticas públicas de fomento destinadas específicamente al sector: los canales que lograron papeles precarios, y los que luego pudieron concursar por licencias en TDA, pudieron aplicar a los fondos de fomento más cuantiosos, clave para que la transición pueda realizarse. Por eso la “defensa de la ley” audiovisual aparece como bandera, aunque su aplicación parcial y la actual regresión en materia de derechos es vista como una limitante para el desarrollo del fenómeno en tanto totalidad.

Según Luciana Lavila, de Barricada TV,

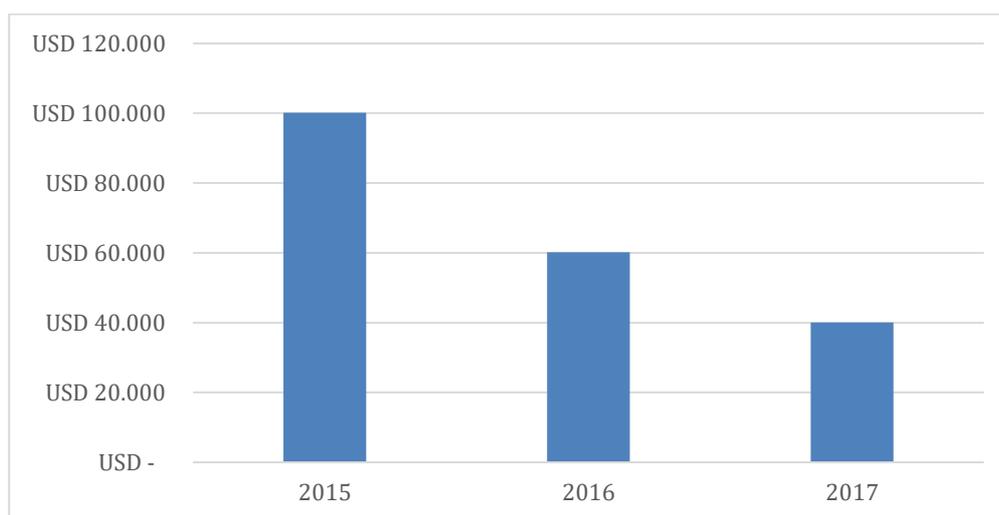
la existencia y aplicación de políticas regulatorias, normativas y de financiamiento por parte del Estado es un punto de partida central para el tránsito a digital. [...] Por otro lado creo que es primordial pensar el asesoramiento y capacitación de las y los trabajadores de la televisora al mismo tiempo que se da el tránsito a digital. Esto permite la profesionalización. Otro aspecto necesario [...] son los lazos de intercambio y articulación con los organismos estatales encargados de la relación con el sector, en la que se tengan en cuenta las problemáticas propias desde la voz de aquellos y aquellas que realizan día a día este tipo de experiencias, como pasa con la Defensoría. (Lavila, entrevista 2018)

Esto señala la combinación de una serie de elementos que hacen a la sostenibilidad de las televisoras, y les permiten sobreponerse a escenarios hostiles en muchos aspectos. Al marco legal y las políticas de fomento, se adicionan la profesionalización y la capacitación de sus integrantes, así como la inserción en la comunidad y la articulación con organizaciones sociales, políticas, culturales y deportivas. Esto es lo que lleva a Urbana TeVé a trabajar su identidad como “primer canal villero de la Patria”, a Proa Centro a construir una pantalla serrana, a Barricada TV a hacer eje en la autogestión y la economía popular y a PAREStv a seguir a los clubes de la zona; también es la trayectoria sobre la que ENTV comienza a funcionar. Entre las articulaciones, se destacan los vínculos con universidades nacionales (convenios, investigación,

docencia)<sup>86</sup> y el rol ocupado por la Defensoría del Público, tanto en el asesoramiento legal como desde la capacitación. Creada con la ley 26.522, es el organismo público más valorado por el sector comunitario.

Lo mismo sucede con el fomento: todas las experiencias analizadas encuentran en las líneas FOMECA una herramienta fundamental para la profesionalización del medio y la migración a digital, y su continuidad es esencial para la profesionalización y la sostenibilidad económica de las emisoras. De ahí que la defensa de este fondo unifique a los diferentes espacios de la comunicación alternativa en una demanda común, y que su achicamiento sea denunciado como una política de ahogo económico hacia las emisoras del sector. Si tomamos el derrotero de las líneas de Infraestructura y Equipamiento para TV, y traducimos a dólares los montos concursados por proyecto, veremos que la línea se achicó considerablemente entre 2015 (año de su primera edición) y 2018, como muestra la Figura 5:

FIGURA 5: Líneas equipamiento en dólares estadounidenses



*Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos oficiales y tipo de cambio Bloomberg ARS currency*

<sup>86</sup> Como señalamos en capítulos anteriores, la cercanía de la Universidad al fenómeno y viceversa es muy importante, no sólo porque los perfiles socioculturales de los y las integrantes de los medios tengan en muchos casos formación y pertenencia universitaria (comunicación, imagen, periodismo, cine), sino también por el grado de las articulaciones desarrolladas. Para citar algunos casos, el equipo dirigido por Soledad Segura y financiado por Conicet y la Defensoría del Público permitió a las televisoras y las radios conocer a sus públicos, ya que trabajó con encuestas de audiencia y focus groups. En Quilmes, el equipo de Claudia Villamayor realizó un relevamiento de radios cooperativas y comunitarias; en tanto que la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (Riccap) nuclea a docentes e investigadores en la temática con sede en numerosas universidades nacionales.

Los testimonios relevados muestran que los proyectos fomentados son clave para sostener equipos de trabajo rentados con responsabilidades específicas sobre las distintas áreas del hacer televisivo, que se suman a otras fuentes de ingresos menores como los salarios sociales complementarios, la venta de servicios, la publicidad oficial y los proyectos financiados por otras instituciones públicas. Pero en todos los casos, la posibilidad de acceder al equipamiento digital se vincula con las líneas FOMECA, y dentro de éstas la destinada para el desarrollo de la infraestructura y el equipamiento de los canales, que como puede observarse, se redujo en su capacidad adquisitiva de 100 mil dólares en 2015 a 40 mil en 2017 (al cierre de este trabajo, aún no se habían adjudicado las líneas 2018).

Considero que tenemos que construir otros puentes de financiación que den lugar a cierta autonomía respecto del fomento del Estado, pero la realidad es que esto se puede lograr con una pantalla con llegada efectiva, sin obstáculos y restricciones. Disponer de políticas de fomento es, para nosotros, tener las posibilidades reales de crecer y equiparnos. Es una forma de reconocimiento por parte del Estado, dando la oportunidad de tener un mayor número de producciones y de mejor calidad, y de fortalecer al sector frente a la industria concentrada, históricamente favorecida. (Lavila, entrevista 2018)

La posibilidad de generar mayores fuentes de ingresos se relaciona con una llegada “efectiva”; es decir, con la incorporación de los canales al paisaje televisivo. Y esto depende de la tasa de encendido de la TDA y del ingreso a la grilla del cable, razón por la cual ambos elementos afectan la sostenibilidad económica de las emisoras y viceversa. De ahí que la política pública adquiera el protagonismo que el FOMECA tiene, y que las estrategias económicas partan de esa base para encarar la búsqueda de la publicidad oficial y el debate sobre una ley que transparente la pauta (Maccagno, entrevista 2018).

En este marco, los canales que emiten en ciudades alejadas de los grandes centros urbanos, con poca o nula presencia de contenidos locales, se han insertado con mayor perspectiva en los mapas de medios de sus respectivas zonas, como es el caso de PAREStv. Sin embargo, las distancias más grandes del centro administrativo del país conspiran en las provincias dificultando la gestión y generando desigualdades en el trato con el regulador, a través de delegaciones con menos competencias para la atención del sector. Como sostiene Silvana Iovanna, de Giramundo, “los procesos de aplicación de la ley fueron muy desiguales en las provincias”, lo cual en algunos casos achicó las condiciones de posibilidad frente a los procesos de legalización y, consecuentemente, de digitalización, a ver reducidas las oportunidades de acceso al fomento capaz de acompañar la migración a digital.

## Estas políticas

potencian mucho los proyectos, pero nosotros nunca pudimos concursar equipamiento de televisoras porque estamos registrados en ENACOM como productora, porque al no haber apertura de concursos siempre quedamos al margen. Por eso decidimos presentarnos como productora, que era lo que nos daba y así poder ir obteniendo fondos para reinvertir no sólo en equipamiento de transmisión si no en mejorar la producción. [...] Es la única manera que encontramos que las políticas de fomento nos sirvan para algo más que producir programas, que por ahí después no tenés ni pantalla por donde pasarlos. (Iovanna, entrevista 2018)

En todos los casos, los fondos de fomento concursables se destinan al pago de honorarios, la adquisición de equipamiento y la realización de contenidos; en los casos en que se ha logrado construir una estructura de trabajo con responsabilidades se ha logrado avanzar más en los niveles de gestión del medio (PAREStv, Barricada TV, ENTV). En estas condiciones los comunitarios deben ejercer la migración a digital, partiendo desde un piso mucho más bajo que el de los otros actores del mapa de medios.

De acuerdo con Monje & Rivero (2018a), “las transformaciones tecnológicas, regulatorias, económicas y culturales acontecidas operaron sobre un sector precarizado en términos de recambio tecnológico, infraestructura y recursos humanos” (p. 52). Las tecnologías representan una parte importante del gasto de las organizaciones de medios, y su incorporación está condicionada por la sostenibilidad, que a su vez está condicionada –como venimos destacando- por el marco regulatorio y su tratamiento. Los modos en que las emisoras se relacionan con las tecnologías, las decisiones acerca de la renovación de las mismas y los cambios edilicios y de infraestructura requeridos para responder a los estándares de la alta definición (acustización y refrigeración de estudios, sistemas de seguridad, mayor iluminación e inversión significativa en decorados debido al nivel de detalle de la tecnología HD), se corresponden con la situación de desigualdad y postergación del sector.

Las estrategias para superar estas limitaciones, cuando las autorizaciones precarias y las licencias empujaron a los canales a renovar su parque tecnológico,<sup>87</sup> se centraron en la articulación en CONTA. Este espacio permitió poner en común conocimientos tecnológicos, la relación con proveedores y con personal especializado para avanzar en la transición y en la

---

<sup>87</sup> “Nosotros nacimos casi con ‘la muerte’, o sea con la desaparición de la televisión analógica. Empezamos a salir en 2009 y en 2010 se crea la televisión digital. Entonces arrancamos y ya la plataforma prácticamente estaba en desuso, porque la gente que podía ver cómo se veía la televisión digital en comparación a la televisión analógica en seguida se pasó a través de un set-to-box que repartía el Estado, a la televisión digital. Eso motivó nuestra insistencia en el llamado a concurso y todo lo que vino después”. (Gusmerini, entrevista 2018)

elaboración de las carpetas técnicas. PAREStv funcionó como difusor, asesorando al resto acerca de la tecnología a incorporar. Barricada TV cumplió igual rol compartiendo información sobre ingenieros/as matriculados y personal especializado capaz de atender la carpeta técnica exigida por el regulador. A esto se suman los aportes particulares de trabajadores y trabajadoras de diferentes áreas técnicas de los canales o productoras comerciales, o de casas dedicadas al equipamiento de audio y video profesional, que se acercan desinteresadamente a las televisoras comunitarias aportando sus saberes para colaborar en el armado de la salida de transmisión o para el cableado y preparación del circuito de control. Son los casos de Barricada TV, PAREStv, Urbana TeVé y Giramundo.

El análisis de las normas y el conocimiento acerca de las distintas prestaciones de los equipos permitió a los canales tomar decisiones de inversión que rondan los 50 mil dólares sólo para el área de transmisión y salida a torre: enconder, multiplexor, modulador, transmisor, filtro de máscara, cable, torre, paneles digitales. Si a esto adicionamos equipamiento básico de control (switcher digital, automatizador de video, consola de audio), y un esquema mínimo de isla de edición, cámaras para piso y calle, parrilla de luces, micrófonos de mano e inalámbricos, sin contar decorados, cableado, electricidad, acustización y refrigeración, el monto asciende aproximadamente a 85 mil dólares. Un número que explica la importancia de las políticas públicas de fomento destinadas a garantizar la pluralidad de actores en la TDA.<sup>88</sup>

Finalmente, si se observan los datos acerca del equipamiento, encontramos que los canales que lograron digitalizar o que se encuentran en vías de hacerlo y ya han adquirido parte del mismo coinciden en marcas y equipos. A excepción de Antena Negra, que había elaborado a través de DTL un transmisor artesanal (Canal 4 de Mar de Ajó no digitalizó, y Urbana TeVé es licenciatario vinculado), PARES, Barricada, Proa Centro, ENTV y recientemente Giramundo utilizan transmisores digitales de 100 o 250 watts, según el caso, de la marca local cordobesa Liecom. Esta casa es una de las únicas dos nacionales que proveyeron transmisores para el INVAP y la plataforma de TDT pública, con ocho equipos digitales de alta potencia; y para las universidades nacionales de Mar del Plata, San Juan y la Facultad Regional Tecnológica de Río Gallegos. El resto de los equipos adquiridos por el Estado fueron a las multinacionales NEC y Harris, y a la compañía española Egatel.

---

<sup>88</sup> Además, el ingreso a la plataforma de ARSAT es prohibitivo, debido a su costo mensual, para las emisoras alternativas. Por lo tanto el acceso a las infraestructuras de transmisión queda librado a la capacidad e imaginación de los propios actores no lucrativos, aun cuando la adopción de tecnologías, como se señaló, se realiza en un marco de asimetrías pre existentes y en un sistema de medios marcado por la concentración y la exclusión (Monje & Rivero, 2018a: 49).

Los mismos canales utilizan multiplexores y moduladores del fabricante nacional VideoSwitch, y encoder importados de China y re ensamblados por esta casa que tiene sus oficinas en el distrito tecnológico del barrio porteño de Parque Patricios. Este distrito, creado mediante la ley 2972/2008, promueve y alberga a través de exenciones impositivas empresas dedicadas a las tecnologías de la información y comunicación, el desarrollo de software y profesionales de alto valor agregado. VideoSwitch logró trascender las fronteras y también coloca sus equipos en Chile, entre otros países, siendo adquiridos por los canales comunitarios de ese país, como veremos en el próximo capítulo.

En este sentido, las televisoras alternativas y comunitarias, aun partiendo de un escenario de precariedad, funcionan como eslabón de una cadena de impulso para el desarrollo industrial y tecnológico nacional, y para la generación de trabajo especializado en los términos fijados en los considerandos del decreto 1148/2009 de creación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, entendiendo que la digitalización constituye

un estímulo a la producción industrial nacional, promoviendo el desarrollo y radicación de la industria tecnológica, creando nuevos puestos de trabajo altamente especializados en el país, garantizando el empleo calificado de profesionales y/o técnicos, ampliándose de esta forma los estándares y niveles de educación. (Decreto 1148/2009)

No obstante, no hubo hasta la fecha estrategias comunes de adquisición de equipamiento que pusieran en valor el aporte del sector, y que permitieran obtener beneficios o descuentos para el sector social comunitario; pese a que también el equipamiento de audio y video profesional para estudio, control y calle, según los datos recabados, se adquieren en gran parte en la casa Digital Center. Tampoco se desarrollaron estrategias formales de acercamiento a los proveedores para comprometerlos en la pelea por el sostenimiento y la profundización de la política de fomento que se destina en buena medida a la compra del equipamiento digital. Lo que se valora, de acuerdo con los testimonios, es la atención pos venta y el mantenimiento remoto de los equipos adquiridos, por sobre otros aspectos de la compra/venta. Como se desprende de esto, nunca se impulsaron articulaciones o mesas de negociación que incluyeran al Estado, los fabricantes nacionales y las televisoras comunitarias, aunque fue tema de debate durante la gestión de Andrea Conde en la Dirección de Proyectos Especiales de la AFSCA.

Para terminar: de la interpretación y análisis del recorrido de los casos en el período trabajado se desprende la combinación de varios elementos que hacen a las condiciones de posibilidad de la televisión alternativa en el marco de la transición digital en Argentina. La información recabada da cuenta de la valoración de elementos van desde el marco regulatorio

que reconoce al sector como prestador de derecho hasta el grado de desarrollo de la TDT, sus políticas de promoción, difusión y multiplicación de contenidos; los tiempos del apagón analógico y del encendido digital; el grado de concentración del mapa de medios y las políticas públicas de fomento a la diversidad y la pluralidad de voces. En un escenario de regresión en materia de derechos, estas condiciones ponen en peligro su normal desarrollo.

También impactan las formas de consumo de los televidentes y dentro de esto la penetración masiva del cable, las políticas de manejo de la pauta oficial, así como la capacidad de incidencia de los propios actores comunitarios para ampliar las condiciones sobre las que se desenvuelven y establecer negociaciones con el Estado y con los proveedores. La facultad de profesionalizar la gestión, atender a “los papeles”, “golpear puertas”, organizar la atención legal y contable y construir una estructura de trabajo rentada es otro de los factores que colaboran con un relativo éxito en la migración a la alta definición. La articulación con organizaciones populares, el impulso de redes de segundo y tercer grado y la inserción comunitaria se encuentran entre los puntos fuertes, así como los lazos con instituciones públicas y de la sociedad civil.

## 5. Chile

### 5.1. La televisión en el sistema de medios

Chile presenta niveles muy elevados de concentración de medios, siendo uno de los países con índices más altos en esta materia en la región. Este proceso se fue profundizando desde la recuperación democrática en 1989, al punto que al duopolio existente en prensa, con los grupos El Mercurio y COPESA (La Tercera, La Cuarta) dividiéndose el mercado casi en partes iguales y con presencia en otros segmentos y actividades (supermercados, bancos, minería, aerolíneas), se agregan niveles muy altos de concentración en televisión abierta, televisión de pago, telecomunicaciones y prestación de servicios banda ancha fija a Internet. Sólo la radio, con unas 700 emisoras, acusa un grado un tanto más bajo de concentración, aunque es igualmente poco diversificada (Becerra & Mastrini, 2017: 155).

El país andino cuenta con 860 frecuencias concesionadas en televisión abierta, tanto en VHF como en UHF, y éstas son nacionales, regionales o locales. Las frecuencias están en manos de 80 concesionarios. De ellas, siete canales son de alcance nacional, cuyos controladores en la actualidad tienen origen extranjero (Telecanal, La Red, Chilevisión, parte de UCV TV y de Mega) o chileno (TVN, parte de UCV TV y de Mega). Cuatro grandes empresas dominan el 90 por ciento del mercado de televisión de pago, también extranjeras (Movistar, Claro, DirecTV y Liberty Global [que adquirió en 2014 el 20 por ciento de VTR perteneciente Álvaro Saieh, siendo ya para entonces accionista mayoritario]), entre un total de 13 permisionarios de TV paga, cable o satélite. Desde 2011 los servicios OTT como Netflix, Amazon Video y HBO Go se agregaron a la oferta existente (CNTV, 2018a).

A contramano de unos inicios que ubicaron el nacimiento de la televisión en el marco de las políticas culturales y educativas (en sus orígenes en 1957, la televisión estuvo marcada por un carácter público universitario, en tanto sólo el Estado y las universidades podían acceder a una concesión), su carácter comercial y luego el proceso de extranjerización fueron modelando un ecosistema con poco espacio para la diversidad de propietarios (diversidad externa) y de contenidos y voces (diversidad interna). En la actualidad, sólo la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso participa en la propiedad de un canal, con el 10 por ciento

de UCV TV (el 90 por ciento pertenece a la estadounidense The Walt Disney Company); mientras que la Universidad de Chile tiene 27 frecuencias, pero arrendadas a terceros. En todos estos casos las emisoras, lejos de su función inicial de carácter educativo, se guían por pautas marcadamente comerciales.

Por su parte, el Estado mantiene la propiedad de TVN, cuyas transmisiones a nivel nacional comenzaron en 1969. La ley 19.132 de 1992 estableció su sistema de autofinanciamiento en base a sus ingresos, por lo que el financiamiento depende exclusivamente de la publicidad. Esta ley fue modificada en 2018 a través de la ley 21.085, para profundizar el perfil “público y competitivo” utilizando herramientas aplicables al sector privado. La emisora, junto con Canal 13 (Grupo Luksic), lideró audiencias hasta el año 2000, cuando Mega logró posicionarse primero y obtener para 2014 el 29 por ciento de la cuota publicitaria y el 26 por ciento de la cuota de audiencia (CNTV, 2015a: 41). Esta situación, profundizada por la irrupción de Turner en Chilevisión, “sumió a la emisora estatal en una crisis de identidad y financiamiento que amenaza con erosionar su posición peculiar en el ambiente audiovisual latinoamericano donde, por regla, los canales gestionados por el Estado suelen cosechar magros resultados de audiencia” (Becerra & Mastrini, 2017: 151).

En 2010 la estadounidense Turner (grupo Time Warner) desembarcó en la TV abierta con la compra de Chilevisión al presidente y empresario Sebastián Piñera. El Grupo Albavisión, del empresario mexicano Remigio Ángel González, con sede en Miami, controla canales y radios en varios países latinoamericanos: en Argentina, El Nueve; en Chile, Telecanal y La Red. El Grupo Bethia, de origen chileno, opera entre otros medios el canal Mega, con un 72,5 por ciento de sus acciones. El otro 27,5 pertenece a Discovery Communications, de Estados Unidos. En tanto Canal 13, propiedad del Grupo Luksic, se mantiene en manos chilenas.

A su vez, estas empresas tienen vínculos y se expanden hacia otras actividades distintas de la comunicación y las telecomunicaciones:

Chile presenta en el sistema infocomunicacional dos grandes subconjuntos: por una parte, los medios audiovisuales y la prensa y, por el otro, las infraestructuras de transporte de contenidos y conectividad propias de las telecomunicaciones (a las que se suma en este caso la TV de pago). En cada uno de los dos subconjuntos, los grupos más importantes registran cruces y relaciones internas y con otras áreas de la economía, pero no son tantos, en cambio, los vínculos entre las compañías dominantes en ambos subconjuntos. Esta característica puede ser observada como una fase diferente de la conglomeración infocomunicacional que está más desarrollada en países como México o, en el mismo entorno geográfico, la Argentina. (Becerra & Mastrini, 2017: 149)

En efecto, el Grupo Bethia posee canales de televisión abierta, televisión por cable, radio e internet, pero además tiene presencia en otros sectores de la economía como retail, inmobiliario, transportes, vitivinícola, agrícola, hípica, salud y concesionaria de fútbol. Andrónico Luksic posee canales de televisión abierta, televisión por cable, radio, internet, y tiene presencia en el sector industrial, bancos, minería y agrícola. Time Warner tiene la Red de Televisión Chilevisión, y CNN Chile al 50 por ciento con VTR (Liberty). Son datos del Consejo Nacional de Televisión (CNTV), organismo que regula la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo, supervisa los contenidos, fomenta el desarrollo de programas de calidad a través del Fondo-CNTV; otorga, modifica y pone término a las concesiones de radiodifusión televisiva de libre recepción, y realiza estudios que proporcionan información valiosa para la toma de decisiones.

Cabe destacar que, de acuerdo con un estudio de ese mismo organismo realizado en 2015, coexisten en Chile cuatro tipos de concentración: concentración por integración vertical o de cadena de producción e insumos en telecomunicaciones y TV de pago (es el caso de VTR y Telefónica); concentración entre diversos medios o convergente (Canal 13 y Bethia); concentración multisectorial o en distintos sectores de la economía (idem anterior), y concentración por integración internacional o holding de medios con presencia transnacional, es el caso de Time Warner (pag. 53). Además el estudio, encargado al investigador Luis Breull –quien resultó ganador mediante licitación pública-, señala que los primeros cuatro canales de televisión abierta concentran audiencia e inversión publicitaria, dificultando el acceso de las emisoras más pequeñas a los mejores recursos del sector, que se concentran en pocos operadores, profundizando la desigualdad. Se trata del Grupo Mega, el Estado Nacional (TVN),<sup>89</sup> el Grupo Canal 13 y el Grupo Time Warner, que concentran el 88 por ciento de la cuota de audiencia y el mismo porcentaje de la inversión publicitaria (CNTV, 2015a: 41).<sup>90</sup>

En este escenario, la introducción de la televisión digital terrestre, para la CNTV,

ofrece una oportunidad para incorporar y diversificar también la participación de nuevos actores, lo que constituye una apuesta para el pluralismo y la inclusión en la televisión chilena. Especial atención tiene la reserva de un porcentaje del espectro para canales regionales, locales y comunitarios y las dos señales para contenido cultural y educativo. (CNTV, 2015a: 54)<sup>91</sup>

---

<sup>89</sup> Como señalamos, TVN en 2018 atravesaba una profunda crisis financiera. Los datos del informe son de 2014.

<sup>90</sup> “La década 90 se caracteriza por el liderazgo permanente entre Canal 13 y TVN. Esto se rompe el año 2002 con la irrupción del liderazgo de Mega en 2004. En adelante los ratings tienden a la baja permanente con la emergencia de la TV paga, que lidera el mercado”. (CNTV, 2015a: 45)

<sup>91</sup> OBSERVACOM (2016) sostiene que el texto del artículo 15 de la ley 20.750 de introducción de la televisión digital “trae varias medidas que contribuyen a un mejor control de la concentración de las concesiones de

Sin embargo, el mismo organismo reconoce tres años después de aquel informe que, a pesar de que Chile se encuentra en plena transición digital y el apagón está fijado para el próximo 2020, el nivel de desconocimiento entre las audiencias acerca de esta tecnología es alto, llegando a un 64 por ciento entre la población. Son los sectores socioeconómicamente más altos y formados de la sociedad, residentes del Gran Santiago, los que más la conocen y se encuentran preparados para la transición (CNTV, 2018b). Esto demanda

una política comunicacional, para explicar a la población qué es la TDT, cuáles son sus ventajas, en qué plazos se implementará y qué tecnología se necesita para recibir las nuevas señales. Las buenas prácticas también sugieren informar de posibles subsidios a la compra de tecnologías necesarias. La centralidad que aún tiene la televisión en Chile para amplios segmentos de la población, incluso con la proliferación de dispositivos y otras ofertas audiovisuales, realza la importancia de estos temas y resulta especialmente relevante para los estratos más bajos, las personas de más edad y para quienes viven en zonas aisladas. (CNTV, 2018b: 3)

De todos modos, si bien la cifra de conocimiento es baja, ésta ha ido aumentando sostenidamente desde que se midió por primera vez en 2011, cuando el nivel de conocimiento era de apenas del 14 por ciento de la población. Para 2017, el informe de la CNTV constató un recambio de pantallas respecto de 2014, con televisores de pantalla plana en el 77 por ciento de los hogares, mientras que los tradicionales bajaban en número y el 35 por ciento tenía un Smart TV: “El salto más pronunciado se produjo el año 2014, posiblemente a causa del recambio tecnológico por el Mundial de Brasil y por la caída sostenida de precios” (CNTV, 2018b: 34). Los mayores niveles de equipamiento se dan en las capitales regionales, especialmente del centro y norte del país, que a su vez son las zonas donde más se ha desarrollado la televisión alternativa, popular o comunitaria, como veremos más adelante.<sup>92</sup>

---

radiodifusión. El primer párrafo descrito no deja posibilidades de acceder a otra señal en la misma zona de cobertura [...]. Sin embargo, el artículo no hace ninguna referencia a la posibilidad de generar conglomerados o empresas que controlen distintas concesiones de carácter local y/o regional de carácter comercial. [...] El artículo 16 también va en la línea de generar formas de control de la concentración de la propiedad, en la medida que se requiere un informe favorable de la FNE, que es la responsable de velar por el respeto a la libre competencia, para cualquier cambio en la propiedad del derecho de uso de una concesión. Producto del veto presidencial de Piñera, esta obligación fue matizada: si luego de 30 días de entregados los antecedentes la FNE no entrega informe, se da por permitida la cesión o transferencia de concesión. [...] El riesgo de la concentración no queda completamente excluido, sobre todo respecto a la propiedad cruzada. La actual legislación sobre monopolios en Chile sigue siendo una misma ley general que se promulgó luego del Golpe Militar (1973) y que es bastante laxa”. (OBSERVACOM, 2016: 22-23)

<sup>92</sup> Es importante destacar que uno de los principales puntos de tensión entre la CNTV y los canales de la industria privada es el financiamiento de los kits digitales que se reparten entre poblaciones de escasos recursos y zonas

El informe muestra además expectativas distintas alrededor de la TDT según grupo socioeconómico: para los sectores más altos la TV digital aparece asociada a la idea de participación (en el sentido de las aplicaciones asociadas a la tecnología), mientras que en los medios las expectativas se centran en la alta definición y el número de canales, y en el bajo, en la mayor oferta de programas culturales, educativos e infantiles (CNTV, 2018b: 17). De acuerdo con la IX Encuesta Nacional de Televisión (CNTV, 2017), el 86 por ciento de los chilenos y las chilenas ven y se informan a través de la televisión abierta, e incluso aquellos que ven televisión de pago (cuya suscripción ha ido creciendo sostenidamente) no abandonan el consumo de televisión abierta y sintonizan sus canales de forma sistemática.

Sobre este mapa de medios concentrado, y en un escenario de poco conocimiento de las TDT, tiene lugar la transición a digital de la televisión comunitaria: unos 22 canales locales comunitarios operativos en 2015, de acuerdo con el catastro nacional realizado por la CNTV, publicado en 2018a. De estos canales, cinco se postularon para obtener una concesión, y cuatro resultaron ganadores en 2018: Señal 3 La Victoria (Canal 47 de San Joaquín), Únetev (Canal 42 de Peñaflo, Talagante e Isla de Maipo), Challa TV (Canal 47 de Arica) y Pichilemu TV, de la Agrupación de Audiovisualistas de Chile.

## *5.2. Normativa de la TV digital: reconocimiento del sector comunitario*

La transición hacia la televisión digital terrestre en Chile comenzó en 2009, con la adopción del estándar ISDB-T, versión de compresión Mpeg-4, definido en el decreto 136/09 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones de ese país. Luego el decreto 264 de 2010 complementó anterior, abriendo la posibilidad de asignar concesiones UHF en paralelo con la modificación legal mientras se encontraba en tramitación parlamentaria.<sup>93</sup> En la actualidad, la televisión digital está regulada a través de la ley 20.750 de 2014, que modificó la ley 18.838 de creación

---

remotas. La ley indica que los concesionarios deben invertir en kits, pero debido a lo lento del proceso de migración, actualmente se están evaluando mecanismos para asumir los costos conjuntamente con la CNTV. Disponible en: <https://www.OBSERVACOM.org/canales-privados-de-tv-de-chile-piden-a-la-SUBTEL-prorrogar-hasta-2025-el-apagon-analogico/>

<sup>93</sup> Según el Informe Chile 2016 publicado por OBSERVACOM gracias a la edición de Ana Bizberge y la colaboración de Chiara Sáez Baeza y Pedro Santander, “estos decretos, así como el 227 de 2011, 127 de 2012 y 123 de 2013 han servido para renovar los permisos demostrativos necesarios para que los actuales canales en TV analógica puedan transmitir en TV digital terrestre, mientras no sean otorgadas las concesiones definitivas” (OBSERVACOM, 2016: 4). Los operadores con concesiones en UHF concursadas antes de la sanción de la norma tenían dos años para cubrir el 100 por ciento de su área de cobertura luego de la publicación del Plan Nacional de Televisión Digital.

del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) de 1989, con el objetivo de introducir la TV digital en el país. Esta ley –cuyo proceso de debate y sanción abarcó los gobiernos de Michelle Bachelet y Sebastián Piñera-,<sup>94</sup> fija las funciones del Consejo en el orden de la “supervigilancia y fiscalización, en cuanto al contenido de las emisiones” que a través de los servicios de televisión “se efectúen, salvo en las materias técnicas normadas y supervisadas por la Subsecretaría de Telecomunicaciones” (ley 20.750 artículo 1ro inciso tercero).

El CNTV es una institución autónoma de rango constitucional que no se encuentra sometida a la tutela de ningún otro órgano público, y tiene personalidad jurídica y patrimonio propio, lo que le permite una gestión financiera independiente. Se relaciona con el Presidente de la República a través del Ministerio Secretaría General de Gobierno. Entre sus funciones está la de otorgar concesiones televisivas. El Consejo tiene once miembros; uno, que preside, es designado por el Presidente de la República, y los otros/as diez son nombrados por la Presidencia con acuerdo del Senado. La ley exige que el Consejo quede integrado en forma pluralista, y que la presidencia quede en manos de una persona idónea que garantice el pluralismo en el funcionamiento del organismo. La ley 20.750 entiende por pluralismo “el respeto a la diversidad social, cultural, étnica, política, religiosa, de género, de orientación sexual e identidad de género” (artículo 1ro inciso cuarto).

La legislación chilena reconoce a las emisoras comunitarias como prestadoras de derecho, a través del artículo 15 ter de esta ley, pero su definición es regresiva en tanto las restringe al corto alcance, a contramano de las recomendaciones internacionales sobre televisión digital (RELE, 2015). En efecto, la ley distingue entre concesionarios de cobertura nacional, regional, local y “local de carácter comunitario”.<sup>95</sup> Los últimos dos comparten la categoría de baja potencia, con un alcance limitado a algunas comunas de una región; aunque los locales comunitarios tienen además la prohibición de establecer redes y son intransferibles. Se trata de emisoras sin fines de lucro que deben estar abiertas a las producciones de la comunidad, tener objetivos de promoción del desarrollo social y gestionarse a través de

---

<sup>94</sup> Para profundizar los debates alrededor del proyecto y la ley de introducción de la televisión digital a lo largo de estos gobiernos, ver Sáez Baeza, 2014. El proyecto fue presentado al Parlamento el 24 de octubre del 2008 por Michelle Bachelet, durante su primer mandato; atravesó toda la presidencia de Piñera y finalmente se aprobó el 22 de mayo de 2014, con Bachelet nuevamente en el Ejecutivo.

<sup>95</sup> En la legislación analógica, la televisión regional y la televisión local carecían de especificidad (Observacom, 2016: 19).

organizaciones reguladas mediante la ley 19.418 de 1995 sobre Juntas de Vecinos y demás Organizaciones Comunitarias Funcionales.<sup>96</sup>

La ley establece las similitudes y diferencias entre ambos tipos de prestador de la siguiente manera:

c) Locales: aquellos que sean titulares de concesiones que, consideradas en su conjunto, contemplen presencia en sólo una región, comprendiendo dentro de ella un alcance efectivo inferior al 25% de su población y con una cobertura inferior al 50% de las comunas de dicha región.<sup>97</sup>

d) Locales de carácter comunitario: aquellas personas jurídicas de derecho privado, sin fines de lucro, que sean titulares de una sola concesión dentro de los márgenes de presencia establecidos para los concesionarios de cobertura local y que no podrán formar cadenas ni redes de manera permanente. Dichos concesionarios deberán velar por la promoción del desarrollo social y local, debiendo dar cabida a aquella producción realizada por grupos sociales o personas que residan en la zona de cobertura de su concesión. Podrán ser concesionarios locales de carácter comunitario las juntas de vecinos y demás organizaciones comunitarias constituidas en conformidad a la ley N° 19.418, las comunidades agrícolas y las comunidades y asociaciones indígenas, entre otros.

No podrán ser concesionarios locales de carácter comunitario las organizaciones político partidistas.

Las concesiones locales de carácter comunitario serán indelegables y se prohíbe su transferencia, venta o cualquier forma de cesión directa o indirecta.

(Ley 20.750 artículo 15 ter)

Chile es uno de los seis países latinoamericanos que reservan espectro para la televisión comunitaria y no lucrativa, aunque los grados de este reconocimiento difieren sustancialmente de una normativa a la otra y el tratamiento que se le da al término “reserva” en la ley 20.750 “desnaturaliza el uso de este concepto a nivel internacional, pues no queda claro lo que se

---

<sup>96</sup> Esta ley define en el artículo 2: “a) Unidad vecinal: El territorio, determinado en conformidad con esta ley, en que se subdividen las comunas, para efectos de descentralizar asuntos comunales y promover la participación ciudadana y la gestión comunitaria, y en el cual se constituyen y desarrollan sus funciones las juntas de vecinos.

b) Juntas de vecinos: Las organizaciones comunitarias de carácter territorial representativas de las personas que residen en una misma unidad vecinal y cuyo objeto es promover el desarrollo de la comunidad, defender los intereses y velar por los derechos de los vecinos y colaborar con las autoridades del Estado y de las municipalidades. c) Vecinos: Las personas naturales, que tengan su residencia habitual en la unidad vecinal. Los vecinos que deseen incorporarse a una junta de vecinos deberán ser mayores de 18 años de edad e inscribirse en los registros de la misma. d) Organización comunitaria funcional: aquella definida como tal por la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades, o por la legislación que regule las asociaciones indígenas”. También establece en el artículo 3 que: “Las juntas de vecinos y las demás organizaciones comunitarias no podrán perseguir fines de lucro y deberán respetar la libertad religiosa y política de sus integrantes, quedando prohibida toda acción proselitista por parte de dichas organizaciones en tales materias”.

<sup>97</sup> Para un análisis de los desafíos frente a la digitalización específicamente de la televisión local, ver el trabajo de Fuente-Alba Cariola, 2011.

reserva” (OBSERVACOM, 2016: 21). En este caso, la reserva es del 40 por ciento de las locaciones que queden disponibles una vez asignadas las frecuencias necesarias para la transición de las concesiones de radiodifusión televisiva analógicas a la tecnología digital, y esta reserva es indistinta para emisoras regionales, locales y locales comunitarias o para aquellas carácter nacional o regional que el CNTV califique como culturales o educativas (artículo 50 ley 20.750). Es decir que la reserva no es específica para el sector comunitario, debiendo competir con emisoras y proyectos comerciales o de escala mucho mayor como los regionales (OBSERVACOM, 2016: 21).

Asimismo, los operadores que se encontraban transmitiendo antes de la vigencia de la norma reciben el canal digital de 6 MHz completo, y con la presentación del proyecto técnico deben informar si tienen remanente para destinar a terceros en ofertas públicas. Sobre este punto la regulación es “más bien implícita” (OBSERVACOM, 2016: 9). En un escenario de concentración como el descrito en el apartado anterior, las barreras de entrada para el sector social comunitario se evidencian con toda claridad. Incluso la reserva genérica del 40 por ciento disponible luego de que las emisoras existentes en VHF ejerzan su derecho a optar por migrar a digital, puede aumentarse o reducirse mediante resolución del CNTV, aunque no puede disminuirse más allá del 30 por ciento.<sup>98</sup> El plan de TV digital lanzado finalmente en 2017 estableció un mapa de 116 frecuencias digitales disponibles para que ingresen nuevas señales televisivas nacionales, regionales, locales y locales de carácter comunitario.

En cuanto a las exigencias para obtener concesiones locales comunitarias, éstas requieren de la participación de los comités asesores del organismo, que son independientes del mismo y su objeto es realizar informes sobre los temas considerados necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la ley 20.750. Estos comités deben escuchar, “mediante audiencias públicas, a las organizaciones sociales que así lo requieran para la elaboración del correspondiente informe” (ley 20.750, artículo 1, letra j). Por fuera de esto, el artículo 22 no establece mayores diferencias con el resto de los actores, en tanto que la solicitud debe contener los antecedentes de la emisora, un proyecto financiero que demuestre la sustentabilidad del proyecto, una carpeta técnica respaldada por un/a ingeniero/a o especialista en telecomunicaciones “en que se especifiquen las modalidades de transmisión a emplear, propias

---

<sup>98</sup> La protección de las emisoras culturales, en cambio, es categórica: “En este porcentaje deberán considerarse dos frecuencias nacionales, destinadas solamente a señales culturales o educativas, así calificadas por el Consejo” (artículo 50 ley 20.750).

o contratadas a terceros, además del detalle pormenorizado de las instalaciones y operación de la concesión a la que se postula”.

Según OBSERVACOM (2016),

el Ejecutivo (administración Piñera) no estuvo de acuerdo con la indicación propuesta que tenía por objeto establecer que, al momento de otorgarse las primeras concesiones comunitarias por cada zona de cobertura, se puntuara positivamente la experiencia previa de los potenciales adjudicatarios en la elaboración de contenidos comunitarios en la zona. Por el contrario, el Ejecutivo consideró que esta valoración del trabajo, ya realizado, constituía una forma de discriminación positiva de los canales comunitarios antiguos que habían estado emitiendo sin emisión, pero que afectaba a los nuevos proyectos que quisieran presentarse. Esto mientras a los actuales canales se les ha otorgado el derecho automático a digitalizarse; les serán entregadas licencias sin concurso, y contarán con derecho preferente a renovación consagrado por la Ley General de Telecomunicaciones. Pero esto último no se considera discriminatorio, lo cual hace insostenible el argumento del Ejecutivo para haberse negado a este mínimo acto de reconocimiento. (OBSERVACOM, 2016: 20)

Por otra parte, las concesiones de radiodifusión televisiva con infraestructura de transmisión propia son de veinte años, mientras que las concesiones con medios de terceros son de cinco años.<sup>99</sup> Ambas son de recepción libre. La postulación tiene la obligación de mantener el correcto funcionamiento del servicio. El apagón analógico quedó previsto para el año 2020, como se señaló, aunque recientemente la Asociación Nacional de Televisión (ANATEL) reclamó a la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) una postergación hasta 2025 para concretar la transición de la industria televisiva chilena hacia el formato digital.<sup>100</sup> Este dato no es menor, ya que muestra las dificultades de la industria para asumir la migración a digital en

---

<sup>99</sup> “Los concesionarios con medios propios transmiten sus propios contenidos, pero además están obligados a informar de la oferta de espectro remanente del que dispongan para transmitir (‘acarrear’) los contenidos de otros, previo pago de una tarifas públicas no-discriminatorias. En la ley de TV Digital no existe la posibilidad de ser operador sólo para ofrecer servicios de distribución a terceros (salvo que el canal educativo – cultural de TVN adopte este formato y esto sea ratificado por ley). Es concebida como una oferta que realiza un concesionario con medios propios, en virtud del remanente con que cuenta. Por su parte, los concesionarios con medios de terceros son aquellos que no cuentan con espectro y pagan a los concesionarios con medios propios las tarifas para ser acarreados”. (OBSERVACOM, 2016: 7)

<sup>100</sup> <https://www.biobiochile.cl/noticias/economia/negocios-y-empresas/2019/04/04/anatel-pide-al-gobierno-5-anos-mas-para-migrar-hacia-television-digital.shtml> Al cierre de este trabajo, la SUBTEL prorrogaba el apagón, en respuesta a la demanda de ANATEL: <https://www.SUBTEL.gob.cl/ministerio-de-transportes-y-telecomunicaciones-fija-exigencias-a-los-canales-de-television-para-aplazar-la-implementacion-de-la-tv-digital/>

los tiempos y calendarios establecidos por la normativa,<sup>101</sup> lo cual también tiene consecuencias para los comunitarios, cuya capacidad técnica, económica y patrimonial es mucho menor.<sup>102</sup>

Luego de la sanción y entrada en vigencia de la ley 20.750, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, a través de la SUBTEL, emitió el decreto 167/2015, que modifica el plan de radiodifusión televisiva de 1989 y establece el nuevo Plan de Televisión Digital (TVD) “con el propósito de lograr un uso racional y eficiente del espectro, así como establecer los parámetros técnicos de planificación y control de dicho servicio” (artículo 1ro, decreto 167/15). Este decreto reserva para la televisión digital los canales de la banda UHF que van del 21 al 51 (de 512 a 698 MHz), que incluye las concesiones analógicas existentes en tránsito a digital (les resguarda del canal 21 al 43) y las nuevas concesiones por abrirse, en las frecuencias que hayan quedado disponibles, para concesionarios de carácter regional, local, o local comunitario.

Como señalamos, el tamaño de la reserva para el sector sin fines de lucro o comunitario depende de las locaciones que no hayan sido ocupadas una vez realizada la asignación de las frecuencias UHF a los canales analógicos existentes antes de la entrada en vigencia de la ley 20.750: según el artículo quinto transitorio, “la disponibilidad de frecuencias para la asignación de nuevas concesiones se analizará caso a caso, a solicitud del Consejo y con carácter previo al llamado a concurso”. Este punto fue muy criticado por las organizaciones de medios comunitarios. Ya en 2009, cuando se conformó la Mesa de Ciudadanía y Televisión Digital,<sup>103</sup> el tema de la reserva de espectro para el sector estaba presente en los debates que dieron lugar a una propuesta de 11 puntos clave para una televisión digital de calidad. Entre estos puntos se reclamaba al Estado un canal de cobertura nacional que transmita exclusivamente televisión educativa, cultural y comunitaria (punto 1); la obligación de las cableoperadoras de incorporar

---

<sup>101</sup> Las concesiones nacionales y regionales tienen cinco años a partir de la publicación del decreto 167 de 2015 (Plan TVD) para cumplir con la zona de cobertura, pasado ese tiempo deben adecuar su concesión a categorías menores. (Decreto 167, artículo 13) La misma normativa señala en la segunda disposición transitoria que el plazo puede ser extendido con debida justificación y mediante decreto supremo del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.

<sup>102</sup> Cea Vargas (2015) sostiene: “Se estima que entre 2020 y 2022 la televisión digital estará funcionando plenamente a lo largo del país. Este proceso incluye un inevitable “apagón analógico” donde todos los canales que se encuentren en funcionamiento deberán responder a requerimientos de calidad mínimos tanto en infraestructura como en contenidos para poder transmitir. Con sólo 5 años para normalizar su situación [...], un desconocimiento en el proceso de postulación a una concesión y una ley que limita la cobertura de la señal, estableciendo un mínimo de reserva en el espectro radioeléctrico, entre otras limitantes, vale preguntarse, ¿están preparados los canales comunitarios para pasar a ser señales digitales?” (Cea Vargas, 2015: 5-6)

<sup>103</sup> Entre otras organizaciones, participaron de la Mesa la Asociación de Documentalistas de Chile, AMARC Chile, la Coalición Chilena por la Diversidad Cultural, el Colegio de Periodistas de Chile, el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, el Observatorio Ciudadano, el Observatorio de Medios Fucatel, la Red de Televisiones Populares, la Red de Medios de los Pueblos y la Señal 3 La Victoria.

en sus paquetes básicos a los canales educativos, culturales y comunitarios que se transmitan en donde prestan sus servicios (punto 3); la prevención de la concentración (punto 5) y una reserva de espectro del 40 por ciento del total del espectro atribuido a televisión para la televisión educativa, cultural y comunitaria (punto 6), muy distante de la reserva finalmente establecida.

Además, el Plan TVD fija en su artículo 12 que, en sintonía con lo mandado por el artículo 22 de la ley 20.750, las solicitudes de concesión deben estar acompañadas por un proyecto técnico avalado por un ingeniero/a o especialista en telecomunicaciones donde se deben especificar las modalidades de transmisión emplear, el detalle de las instalaciones, operación y otros antecedentes que garanticen el uso efectivo del espectro asignado y la calidad del servicio a prestar. Como veremos más adelante, este punto resulta conflictivo para las emisoras comunitarias, debido a los costos que acarrea la realización de la carpeta técnica en el marco de proyectos que parten de pisos muy desiguales y transitan la convergencia desde la periferia (Monje & Rivero, 2018a).

Finalmente, el decreto 167 de 2015, en su artículo 8vo, ordena a los concesionarios adoptar medidas técnicas que aseguren la recepción de la señal en la zona de servicio, entendida ésta por aquella parte de la zona de cobertura libre de interferencias,<sup>104</sup> y en el 9no llama a los concesionarios nacionales a emplear soluciones complementarias para cumplir con la cobertura del servicio en la zonas geográficas de difícil recepción. En tanto que el artículo 20 establece que los remanentes no utilizados por los concesionarios con infraestructura de transmisión propia deberán ofrecerlos mediante ofertas públicas y no discriminatorias, aunque podrán hacer uso de la capacidad total del canal de 6 MHz mientras éste no se use por parte de terceros.

Posterior a esto, toda una serie de resoluciones emitidas por la SUBTEL regularon cuestiones técnicas relativas a la transición: la Resolución Exenta 3.518, modificada por la res. 6.028, ambas de 2015, que fija la norma técnica relativa al detalle del método de cálculo de la zona de servicio para la radiodifusión televisiva digital; las Resoluciones Exentas 6.659, de 2015 y 2.600, de 2016, que regulan la presentación de proyectos técnicos de televisión digital; la Resolución Exenta 1.217, de 2016, que fija la norma técnica que relativa a las soluciones complementarias para la cobertura de la televisión digital, atendiendo a la geografía chilena; la Resolución Exenta 473, de 2017, que establece regulaciones relativas al protocolo de medición del servicio de radiodifusión televisiva digital y a las zonas de sombra, y la Resolución Exenta

---

<sup>104</sup> Para los transmisores de menos de 10w, que es una muy baja potencia, no se requiere el uso de un filtro de máscara crítica ni subcrítica, sino una máscara no crítica. En Argentina, las categorías K e I requieren filtro de máscara subcrítica (entre 100 y 250 w). Esta es comparable con el amplio rango que va de 10 w a 8 kw en Chile.

1.345 de 2017, que establece los procedimientos de Recepción de Obras para el Servicio de Radiodifusión Televisiva Digital (a su vez modificada mediante la res. 1611 de 2018).

### *5.3. Políticas públicas de fomento*

En 2013, los canales comunitarios agrupados en la Red de Televisoras Comunitarias y Populares de Chile (RTP) hicieron circular un comunicado en el que ponían de manifiesto su disconformidad con el proyecto de ley de TV digital aprobado finalmente un año después. Los comunitarios se referían tanto al lugar ocupado por el sector en la normativa como a los fondos de fomento que privilegiaban a las emisoras nacionales o regionales públicas o comerciales, dejando de lado al sector no lucrativo o confundiénolo con productoras audiovisuales. El texto, breve, señalaba que

no existe un beneficio general para toda la sociedad, comunidad o público, se privilegian intereses comerciales por sobre el derecho universal a la comunicación, no se reconocen a las señales comunitarias existentes, pero sí a los medios comerciales, otorgándoles privilegios de financiamiento [...] y dejando a los canales comunitarios en la precariedad, sin ningún apoyo específico para poder incorporarse al nuevo sistema televisivo.<sup>105</sup>

Hasta el momento, los fondos de fomento existentes se concentraban en el desarrollo de la industria de la televisión y en la producción de contenidos de calidad, destinadas a los grandes actores nacionales o regionales públicos y comerciales. Son los casos de la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo), el “Proyecto de Desarrollo de Competencias Técnicas Regionales para la Televisión Digital de Libre Recepción” de la SUBTEL y el Fondo CNTV. El primero, Corfo, es el organismo del Estado chileno encargado de impulsar la actividad productiva nacional y depende del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Este fondo está destinado a productores independientes, “que detenten el giro de actividad audiovisual, para cofinanciar proyectos televisivos de empresas que demuestren ventas anuales netas inferiores a U.F. 100.000 (1 UF = 35 dólares)” (OBSERVACOM, 2016: 14). Tanto en objeto como en la escala de los destinatarios, los comunitarios quedaban afuera.

El Fondo CNTV es el subsidio más importante a la producción televisiva chilena, estatal y privada, y está orientado –desde su creación en 1993- a promover, financiar o subsidiar la producción de programas de alto nivel cultural o de interés nacional o regional que aporten a la

---

<sup>105</sup> <https://pichilemutv.org/2013/06/por-una-tv-digital-igualitaria/>

elevación del nivel de información, formación y educación del público.<sup>106</sup> Con la sanción de la ley 20.750 y tras la demanda de las emisoras de carácter local comunitario, el fondo se abrió lentamente a este sector, pero compitiendo con emisoras nacionales y regionales y con productoras, lo cual lo deja en una posición desventajosa para acceder a los recursos, hecho que mereció numerosas críticas de parte de las televisoras.

No obstante, en 2015 el CNTV presentó un nuevo Fondo de Producción Comunitaria, “que contó con más de 260 millones de pesos destinados a la creación de contenidos ‘de alto valor cualitativo para la audiencia comunitaria’; aunque son contenidos que ni siquiera serán emitidos por los canales comunitarios que existen actualmente ya que [...] las señales comunitarias, como la ley las establece, comenzarán a estar vigentes luego de que se termine el traspaso” (Cea Varas, 2015: 12). Para esa fecha, ninguno de los canales comunitarios existentes habían logrado una concesión: recién en 2018 el CNTV entregó las cuatro primeras. De este modo se daba la paradoja de un financiamiento destinado a organizaciones comunitarias cuyos resultados no podían difundirse en sus propias pantallas. Ese año compitieron 72 proyectos, y 17 resultaron ganadores.

En 2016, este fondo se integró al Fondo CNTV como línea específica de Proyectos Audiovisuales de Interés Comunitario. En esa edición se postularon 275 proyectos, de los cuales 15 correspondieron a Interés Comunitario y se repartieron entre emisoras locales de carácter comunitario y productoras de contenidos independientes, aun cuando la naturaleza y las necesidades de estos dos tipos de postulantes son sensiblemente diferentes, sobre todo en cuanto a las exigencias del proceso de digitalización sobre la infraestructura y el equipamiento para los canales, y las horas de programación de contenidos propios. Además, mientras los montos más altos destinados por ejemplo a la línea de Ficción fueron de \$ 729 millones; a la línea Series históricas, de \$ 559 millones y a la línea Microprogramas, de \$ 296 millones; los montos más altos destinados a los proyectos de procedencia e interés comunitario fueron de \$ 29 millones, lo que representa unos 43 mil dólares estadounidenses.<sup>107</sup>

---

<sup>106</sup> El CNTV informa en su página web que en 2013 se premiaron 19 proyectos por un monto total de \$3.756.820.000; en 2014 entregó \$3.088.082.000 entre 22 proyectos ganadores; en 2015 se premiaron 16 proyectos; en 2017 se repartieron \$4.227.534.000 entre 25 proyectos y en su última versión 2018, \$4.316.772.000 entre 26 producciones. Más en <https://www.cntv.cl/fondo-cntv/cntv/2015-10-15/191401.html>

<sup>107</sup> Los datos están disponibles en <https://www.cntv.cl/postulaciones-al-fondo-cntv-suben-un-22-7/cntv/2016-08-02/163852.html> De los proyectos premiados en esta línea, seis fueron presentados por canales comunitarios: “Saminaka matices de la cultura” de Parinacota TV; “La Voz del pueblo” de Señal 3 La Victoria; “El Under Show” de TV8 Peñalolén; “Retratos y relatos” de Tala TV; “Pichilemu TV: Crónicas del Secano” del Canal Comunitario de Pichilemu y “Huella Mapuche” de Mapuche TV.

En su última versión, en 2018, el concurso entregó \$ 4.316 millones entre 26 producciones seleccionadas entre 246 proyectos en competencia en las distintas líneas. De los ganadores, 10 corresponden a proyectos de procedencia o interés comunitario, pero ninguno de ellos fue presentado por canales de televisión. Luis “Polo” Lillo, referente de la Señal 3 La Victoria, sostiene que

sólo se lo han ganado productoras, que han cambiado sus roles de productora privada a comunitaria para poder postular a este fondo, que era súper fácil y súper sencillo. En el último año ninguna televisión comunitaria se ha ganado el fondo, postulando; entonces el fondo no está hecho para canales comunitarios. Menos ahora que llegó un gobierno de derecha [en referencia al nuevo gobierno de Sebastián Piñera], así que menos vamos a ganar un CNTV. [...] Prefieren dárselo a cualquiera, menos a los que están luchando. (Lillo, 2019, conversación por mensajería)

Las bases para 2019, por último, establecen la reunificación de la línea de programas de procedencia local y local de carácter comunitario, reuniendo en una misma línea emisoras comerciales y comunitarias, y canales y productoras.<sup>108</sup> De este modo las posibilidades de alcanzar el financiamiento para contenidos se achican todavía más.

Otra línea posible de financiamiento hay que buscarla en el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, a través de distintos fondos y programas (Fondart), pero que en ningún caso son específicas para medios comunitarios y, además, apuntan a iniciativas de diferente escala y nivel de profesionalización. Pichilemu TV, a través de la Agrupación de Audiovisualistas de Pichilemu, aplicó y obtuvo financiamiento a través del Programa “Otras Instituciones Colaboradoras del Estado”, que tiene como objetivo fortalecer a aquellas instituciones y organizaciones culturales chilenas, de derecho privado y sin fines de lucro, que realicen un aporte para la cultura de la región o comunidad en la que se insertan.

Este programa permite presentarse por primera vez o aplicar para obtener fondos de “permanencia”, lo cual apunta a mejorar la sostenibilidad de las experiencias, muchas de ellas de gran escala, y fortalecer los aspectos vinculados con la gestión, el desarrollo de objetivos programáticos y líneas de acción, estableciendo así una alianza con el Ministerio para el desarrollo de programas artísticos y / o culturales.<sup>109</sup>

Paula Gálvez, directora ejecutiva de Pichilemu TV, destaca que

entramos a competir con otros que son más grandes; nosotros estamos al nivel de las 17 organizaciones en Chile que se financiaron con este programa. Estamos a la altura, como

---

<sup>108</sup> Las bases están disponibles en <https://www.cntv.cl/concurso-2019/cntv/2019-02-05/151015.html>

<sup>109</sup> <http://www.fondosdecultura.cl/programas/otras-instituciones-colaboradoras/>

en la competencia, del Museo de Arte de Santiago; estamos a la altura del Festival de Cine de Valdivia, estamos a la altura de ese nivel de instituciones. O sea logramos una vez más correr el centro. (Gálvez, Pichilemu TV, entrevista 2018)

Por su parte, Challa TV aplicó y obtuvo fondos del Programa de Intermediación Cultural que busca favorecer la circulación de bienes y servicios culturales “mediante el fortalecimiento de los agentes y espacios culturales privados y sus procesos de gestión”. Sus objetivos específicos apuntan a la asociatividad y sostenibilidad de redes “que impulsen el desarrollo de la circulación artística y cultural, favorecer la formación de públicos y audiencias, y mejorar las capacidades de gestión de los equipos de trabajo”.<sup>110</sup> Challa TV, a través de la Red de Trabajadores/as Audiovisualistas Comunitarios, obtuvo también financiamiento del Gobierno Regional de Arica y Parinacota a través del Fondo de Desarrollo Regional 6% Cultura (este fondo concursable tiene sedes en los gobiernos de las distintas regiones de Chile y se destinan a organizaciones sin fines de lucro); y del Ministerio Secretaría General de Gobierno a través del Fondo de Medios de Comunicación Social y del Fondo de Fortalecimiento de Organizaciones de Interés Público.<sup>111</sup>

Al Fondo de Medios de Comunicación Social pueden aplicar medios carácter regional, provincial y comunal en soporte papel, radio, televisión señal abierta o por cable y soportes electrónicos. El concurso financia en forma complementaria proyectos relativos a la realización, edición y difusión de “programas o suplementos de carácter regional o local que refuercen el rol de la comunicación en el desarrollo social y cultural de nuestro país, rescatando la identidad propia de cada región”. Para 2019, este fondo contará con la suma total de \$ 1.847,5 millones.<sup>112</sup>

El Fondo de Fortalecimiento de Organizaciones de Interés Público financia iniciativas de “carácter local, regional y nacional, cuya finalidad sea la promoción del interés general en materia de derechos ciudadanos, asistencia social, educación, salud, medio ambiente, o cualquiera otra de bien común”, y pueden postularse las juntas de vecinos, uniones comunales, organizaciones comunitarias, organizaciones y comunidades indígenas, fundaciones, corporaciones y cualquier otra organización que tenga la calidad de interés público.<sup>113</sup> Este fondo, y el de Medios de Comunicación Social dependen, como se señaló, del Ministerio Secretaría General de Gobierno, con el que también se relaciona el CNTV.

---

<sup>110</sup> <http://www.fondosdecultura.cl/programas/programa-intermediacion-cultural/>

<sup>111</sup> <https://challatv.cl/quienes-somos/>

<sup>112</sup> <http://fondodemedios.gob.cl/>

<sup>113</sup> <http://fondodef fortalecimiento.gob.cl/>

En lo que hace al equipamiento, el fomento para los comunitarios es más complejo. Hasta 2014 la SUBTEL desarrolló una política de promoción de la televisión digital en las localidades consideradas relevantes para la transición, según sus características geográficas o demográficas, de modo de ampliar la cobertura hacia las distintas regiones de Chile. El programa, llamado “Proyecto de Desarrollo de Competencias Técnicas Regionales para la Televisión Digital de Libre Recepción”, supuso la entrega de equipos, capacitación y asignación de permisos demostrativos y experimentales para las universidades y para las televisiones regionales y locales analógicas que ya contaran con concesiones de TV abierta u operaran como productoras de contenidos con presencia en canales de cable (OBSERVACOM, 2016). De este modo, las emisoras comunitarias, sin papeles debido a su exclusión en la normativa anterior, quedaban fuera de juego. El impacto que este programa tuvo demuestra la importancia que tiene el apoyo del Estado en la transición digital, tanto desde el punto de vista del equipamiento tecnológico como desde la capacitación acerca de los cambios que supone la digitalización.

De acuerdo con en el mensaje de promulgación de la ley 20.750 por parte de la presidenta Michelle Bachelet en 2014, entre los objetivos de la norma se encuentra el desarrollo de una política de subsidios y de financiamiento directo de los “costos de producción, transmisión o difusión de las frecuencias de la reserva, como vía para asegurar que una variedad de organizaciones comunitarias [...] puedan incidir en el debate público, a través de la televisión” (OBSERVACOM, 2016: 5). En efecto, la ley 20.750 establece en el artículo 12 fondos de financiamiento asociados a la transición digital. El inciso b ordena

promover, financiar o subsidiar la producción, los costos de transmisión o la difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad, así calificados por el mismo Consejo, [...]. Estos recursos deberán ser asignados por el Consejo, previo concurso público en el que podrán participar concesionarias de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción y productores independientes. (Ley 20.750 artículo 12 inciso b)

Con la promulgación de la ley 20.750, los fondos para equipamiento de televisión anteriores a entrada en vigencia se incorporaron al Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones (FDT), dependiente de la SUBTEL. Este fondo se destina a actores muy diversos, indistintamente para servicios de comunicación audiovisual (nacionales, regionales, locales y locales comunitarios) y para telecomunicaciones. En 2018, fecha del último informe,

la SUBTEL da cuenta de 11 proyectos de inversión adjudicados y en curso en telecomunicaciones, conectividad, telefonía, fibra óptica y enlaces satelitales. También, y es lo que nos interesa, informa que se encuentran en proceso concursal proyectos destinados a la adquisición de sistemas de transmisión de televisión digital por un monto subsidiable de \$ 5.754,8 millones en 15 regiones.

El objetivo de esta iniciativa es subsidiar la adquisición de equipamiento que permita acelerar la implementación de la televisión digital, apoyando el proceso de migración de la tecnología analógica a la digital, para

implementar y desplegar los servicios de radiodifusión televisiva digital de libre recepción a nivel nacional, con foco en coberturas de radiodifusión televisiva digital de libre recepción con cobertura regional y local, apoyando asimismo el despliegue de radiodifusión televisiva digital de libre recepción local de carácter comunitario. (SUBTEL, 2018: 21)

Las bases del FDT, aprobadas y publicadas en febrero de 2018 –un mes después de que el CNTV entregara las primeras cuatro concesiones para emisoras locales comunitarias-, establecen dos tipos de concursos en la línea “Sistemas de Transmisión para la implementación de la Televisión Digital Terrestre”, con sus respectivas exigencias: una “zona de postulación regional o local”, que debe cumplir los requisitos asociados a la categoría de emisoras regionales o locales; y una “zona de postulación local de carácter comunitario”, que debe cumplir los requisitos para detentar esa categoría (SUBTEL, 2018: 21), con un monto por proyecto de 34 millones de pesos chilenos, equivalentes a unos 50 mil dólares.

El período de postulación se abre en tres momentos para la presentación de propuestas, y de acuerdo a esto se realizan pagos para proyectos en 2018, 2019 y 2020. En total, son 15 concursos locales comunitarios: en la primera tanda, uno en San Joaquín (Señal 3 La Victoria); uno en Peñaflor, Talagante e Isla de Maipo (Únetev); uno en Arica (Challa TV). En la segunda, se presentaron la Agrupación de Audiovisualistas de Pichilemu (Pichilemu TV) y el Centro Cultural y de Comunicación Radiofónica Lorenzo Arenas en Concepción, que al cierre de estas líneas se encontraban en evaluación.

Los plazos máximos para el inicio del sistema de transmisión son de seis meses. La primera tanda de postulaciones, con 33 zonas destinadas a canales regionales o locales y tres zonas para locales comunitarios, cuenta con un subsidio máximo de \$ 2.103 millones. La postulación implica demostrar la seriedad de la propuesta con una garantía bancaria, certificado de fianza o póliza de seguro que, como veremos, impulsó a los canales a realizar campañas

financieras para reunir fondos de manera solidaria y colaborativa. No es la única garantía: también las organizaciones adjudicatarias deben presentar garantía o póliza de ejecución inmediata correspondiente al 15 por ciento del monto del subsidio máximo, y una garantía de fiel, íntegro y oportuno del cumplimiento de las bases, por un 10 por ciento del mismo monto.

Las propuestas de la primera tanda fueron evaluadas mediante un cálculo de puntaje formando un orden de mérito, y sus respectivos subsidios fueron asignados mediante el Consejo de Desarrollo de las Telecomunicaciones (CDT) en agosto de 2018. Este subsidio permitió la adquisición de equipamiento clave: transmisor, modulador, multiplexor, encoder, filtros, acoples, paneles digitales y otra tecnología conexas para la puesta en aire de las emisoras comunitarias, que se encuentran en pleno desarrollo de sus respectivos proyectos.

En conclusión, la política pública de fomento relevada a la que han accedido las televisoras comunitarias chilenas,<sup>114</sup> tiende a incorporar al sector comunitario a fondos y programas existentes, ya sea para la producción de contenidos como para la adquisición de equipamiento y fortalecimiento de los procesos de gestión, a partir de la demanda de las propias



*Polo Lillo, referente de la Señal 3 La Victoria. Colocación de paneles adquiridos con fondos FDT.*

---

<sup>114</sup> Existen otras líneas de fomento a la producción cultural para organizaciones sin fines de lucro, pero nos centramos en aquellas a las que han accedido efectivamente las televisoras comunitarias y que son percibidas como posibles para el sector.

emisoras –que son las que buscan el financiamiento y se “adaptan” para poder presentarse a los mismos. En todos los casos las emisoras deben competir con organizaciones de otra escala y naturaleza; incluso, en aquellas líneas destinadas a producciones de interés comunitario, ya que no se diferencia a los canales de las productoras audiovisuales.

| <b>FIGURA 6. Fomento en Chile</b>                            |                                                                                               |                                                                                                  |                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Organismo</b>                                             | <b>Política pública</b>                                                                       | <b>Objetivos</b>                                                                                 | <b>Destinatarios</b>                                                                                                        |
| <b>CNTV</b>                                                  | Fondo CNTV Interés comunitario                                                                | Producción de contenidos de televisión                                                           | Canales comunitarios y productoras audiovisuales                                                                            |
| <b>SUBTEL</b>                                                | Fondo (FDT) Sistemas de Transmisión para la implementación de la Televisión Digital Terrestre | Adquisición de equipamiento para televisión digital                                              | Emisoras concursadas regionales, locales y locales de carácter comunitario (dos zonas de postulación)                       |
| <b>Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio</b> | Fondart: Programa Otras Instituciones Colaboradoras del Estado                                | Fortalecimiento y Gestión                                                                        | Instituciones y organizaciones culturales de derecho privado y sin fines de lucro                                           |
|                                                              | Fondart: Programa de Intermediación Cultural                                                  | Gestión y asociatividad, circulación artística y cultural                                        | Personas jurídicas de derecho privado con o sin fines de lucro                                                              |
| <b>Ministerio Secretaría General de Gobierno</b>             | Fondo Medios de Comunicación Social                                                           | Producción de contenidos                                                                         | Medios regionales, provinciales y comunales en soporte papel, radio, televisión abierta o por cable y soportes electrónicos |
|                                                              | Fondo de Fortalecimiento de Organizaciones de Interés Público                                 | Promoción del interés general                                                                    | Juntas de vecinos, Organizaciones comunitarias, Comunidades indígenas, fundaciones, corporaciones y otras                   |
| <b>Gobiernos Regionales</b>                                  | Fondo Nacional de Desarrollo Regional 6% Cultura                                              | Fomento de las expresiones culturales, históricas, artísticas y culturales de la región y comuna | Organizaciones privadas sin fines de lucro                                                                                  |

*Fuente: Elaboración propia sobre la base de entrevistas e información institucional.*

#### *5.4. Hitos de la TV alternativa y comunitaria en Chile*

La IX Encuesta Nacional de Televisión 2017, realizada anualmente por el CNTV, registra datos sobre conocimiento y consumo de la televisión comunitaria en las comunas donde funcionan estas emisoras. El informe señala que sólo el 8 por ciento de las personas saben que emisoras de esta naturaleza emiten en su población; pero que de éstas, el 24 por ciento las sintoniza. El mismo documento explica que, si bien las cifras son bajas debido al “escaso alcance” y a una cobertura que muchas veces se limita “a unas cuadras y no a la comuna completa”, su consumo se puede pensar como una “tendencia emergente”, ya que los canales “recién están optando a concesiones producto de la TV digital” (CNTV, 2017: 49).

La Encuesta, realizada con anterioridad a las concesiones locales comunitarias logradas por cuatro emisoras alternativas por primera vez en la historia de la radiodifusión chilena, deja ver también que estas experiencias son previas a la ley 20.750. Y que, en efecto, vienen funcionando con tecnología analógica desde hace años, conquistando espacios como actores políticos y culturales en su comunidad –pese a la falta de reconocimiento legal en la que se desarrollaban hasta ahora. Por eso insertamos el fenómeno de la televisión comunitaria o alternativa en una “historia larga” de la alternatividad, de acuerdo con los planteos de la investigadora Chiara Sáez Baeza (2018).

Pese a ser muchas veces invisibilizada o secundarizada dentro de los estudios sobre historia de los medios, la televisión comunitaria tiene una persistencia histórica y una presencia geográfica que da cuenta de su vitalidad. En Chile, los antecedentes hay que buscarlos en la resistencia contra la dictadura militar de Augusto Pinochet; concretamente en el desarrollo del video alternativo y su utilización artística, social y política: la red de video popular del grupo de teatro ICTUS, el Grupo de Experiencias Piloto en Video (GEP, que luego adoptó el nombre de Video Proceso), y Teleanálisis,

cuyo modelo inicial era la producción de un noticiario mensual distribuido en cintas de video VHS a una red de “abonados” en entregas personales, por mano. Se financiaba por solidaridad internacional y por los abonados, que suministraban su propia cinta VHS virgen en la cual se grababa cada nueva emisión, que alcanzaron un total de 46, entre septiembre de 1984 y mayo de 1989. (Sáez Baeza & Iturriaga, 2018: 57)

Más tarde, con el retorno de la democracia, se multiplicaron las experiencias de radio alternativa (entre 20 y 40 radios, según Sáez Baeza, 2013: 40), el video popular y la televisión comunitaria. En 1994 se promulgó la ley 19.277 de Radios de Mínima Cobertura, que reconoció

de forma parcial a las emisoras, las redujo a la mínima potencia y cobertura, resultando por lo tanto restrictiva (apenas 1 watt de potencia, prohibición de emitir publicidad, etc.). Esta ley se mantuvo vigente por casi 15 años, hasta la sanción de la ley 20.433 de 2010, que crea los Servicios de Radiodifusión Comunitaria y Ciudadana, eliminando la figura de las concesiones de radiodifusión en mínima cobertura, ampliando la potencia de 1 a 15 watts y permitiendo hacer “menciones comerciales”.

En cuanto a la televisión, Sáez Baeza & Iturriaga sostienen que:

Entre 1988 y 1990 se crearon las últimas productoras audiovisuales independientes del período dictatorial, de las cuales Canelo Video y TV fue la que permaneció más conectada a las metodologías participativas del período anterior. Sin embargo, Liñero muestra que durante los años noventa se van a generar otras iniciativas de comunicación alternativa alrededor del video de origen propiamente popular. Estas fueron experiencias que se autoconcebían como video de base o video popular. Entre ellas, destaca el trabajo de talleres de capacitación en video en contextos poblacionales realizado por ex militantes del Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR), que dieron origen a un número importante de realizadores y obras que permitieron la realización del Primer Encuentro Nacional de Video Popular en 1994 y la conformación de la Red Nacional de Video Popular y TV comunitaria, con 90 miembros en 1997. Estas obras circulaban principalmente por medio de “pantallazos” en las mismas poblaciones. Ese mismo año, 1997, comienza a emitir el primer canal de TV comunitaria, Señal 3, en la población La Victoria, actualmente en activo. (Sáez Baeza & Iturriaga, 2018: 60)

Según Cea Vargas (2015), la Señal 3 de la Victoria, ubicada en el Área Metropolitana de Santiago, es el primer canal autogestionado “con una mirada popular enfocada en su comunidad”, al que más tarde se sumaron “diversas iniciativas similares que con esfuerzo y sacrificio se han posicionado de a poco dentro de sus localidades”.<sup>115</sup> El relevamiento realizado para su investigación demuestra que pocas iniciativas se mantuvieron el aire debido a “la concentración de medios del país, las ideologías mercantilistas de los medios, las nuevas tecnologías, el poco reconocimiento legal, los recursos y la precaria infraestructura”; no obstante el reconocimiento, aunque parcial, de estas emisoras a través de la ley 20.750 de introducción de la televisión digital significó “un avance celebrado por muchos, pero que otros

---

<sup>115</sup> Chiara Sáez Baeza sostiene que “en 2004, la Señal 3 empieza a desarrollar la idea de ayudar a crear proyectos de televisión comunitaria a través de todo el país, por medio de la puesta en circulación de un transmisor entre diferentes organizaciones sociales por cortos períodos hasta que ellos pudiesen adquirir un equipamiento propio y llevar adelante sus propios proyectos, asesorándoles en el proceso en términos técnicos y poniendo en común la experiencia de relación con la comunidad. Las primeras organizaciones en solicitarlas se encontraban en Valparaíso y en la Araucanía. Luego seguirían otras experiencias, tanto en el norte, como en el sur del país y en la región metropolitana”. (Sáez Baeza, 2010: 11)

ponen en duda debido a las nuevas limitaciones y complicaciones que se presentan en este nuevo panorama” (Cea Vargas 2015: 5).

En 2005, a instancias de la Señal 3 La Victoria y la Universidad Arcis, se realiza el Primer Encuentro Nacional de Televisión Comunitaria. En 2006, los canales comunitarios –con la Señal 3 a la cabeza- conformaron la Red de Televisoras Comunitarias y Populares (RTP), con el objetivo de articular experiencias y saberes, e intervenir en los debates sobre televisión digital y legalización.

Según su carta de principios, las televisiones pertenecientes a esta red se definen como medios vinculados con sus comunidades de referencia, que fomentan la participación de estas en el proceso comunicativo y el desarrollo de un pensamiento crítico; que no representan intereses proselitistas de ningún tipo ni poseen fines de lucro; y que promueven contenidos relacionados con los derechos humanos en sus diversas expresiones —género, educación, cultura, memoria y medio ambiente-. (Sáez Baeza, 2013: 42)

Con esta herramienta, las emisoras participaron de la Mesa de Ciudadanía y TV Digital, instancia creada en 2009 e integrada por distintas organizaciones que participó activamente en los debates sobre la ley, con el objetivo de incidir en la definición de políticas públicas: entre otras, participaron de la Mesa la Asociación de Documentalistas de Chile, AMARC Chile, la Coalición Chilena por la Diversidad Cultural, el Colegio de Periodistas de Chile, el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, el Observatorio Ciudadano, el Observatorio de Medios Fucatel, la Red de Televisiones Populares y la Red de Medios de los Pueblos.

Las propuestas de la Mesa de Ciudadanía y TV digital se resumen en 11 puntos clave que fueron presentados en el Congreso. Como señalamos en apartados anteriores, entre estos puntos se reclamaba al Estado el reconocimiento legal de televisoras comunitarias en funcionamiento, de modo de validar su existencia; la definición y otorgamiento de las concesiones comunitarias mediante la decisión de un Comité Asesor del CNTV especialmente constituido para esta función; la obligación de las cableoperadoras de incorporar en sus paquetes básicos a los canales educativos, culturales y comunitarios; una política de fomento para el sector, que permita su desarrollo y gestión sustentable a futuro; la desconcentración de la propiedad de las concesiones de televisión en pocos operadores y una reserva de espectro del

40 por ciento del total del espectro atribuido a televisión para la televisión educativa, cultural y comunitaria, muy distante de la reserva finalmente establecida.<sup>116</sup>

Otro espacio que participó de la Mesa de Ciudadanía y TV, fundado en 2009, fue la Red de Medios de los Pueblos, que nuclea organizaciones y medios en distintos soportes. En 2011, esta red organizó el Seminario Latinoamericano de Televisión Popular en la población de Villa Francia, Santiago, donde funcionaba el canal Umbrales TV, que posteriormente dejó de transmitir. De este encuentro participaron experiencias de Chile, Argentina, Uruguay, Brasil, Perú, México, Ecuador y Venezuela, con el objetivo de compartir agendas de trabajo sobre problemas comunes.

En 2007 se realiza el Primer Encuentro Interregional de Televisoras Comunitarias en la ciudad balnearia de Pichilemu, organizado por RTP. En 2009 y 2010 se realiza en ese mismo lugar la Primera Escuela de Comunicación Popular y Comunitaria de Chile, que luego será itinerante con sede en distintas poblaciones de Santiago y en diferentes regiones de Chile. En 2014, la CNTV realizó un primer encuentro con la TV comunitaria, tras la promulgación de la ley de TV digital. En esa ocasión, Reyes –junto con otros funcionarios y funcionarias- visitó la Señal 3 de la población La Victoria para “conocer el estado actual de los canales comunitarios y como una señal de apoyo al desarrollo y digitalización de éstos”.<sup>117</sup>

En 2015, la RTP avanzó en el armado de una figura legal que representara al gremio, que contaba para entonces con cerca de 20 emisoras en funcionamiento. Así nació la Asociación de Audiovisualistas de Canales Comunitarios de Chile, con Luis “Polo” Lillo de Señal 3 de la Victoria, Paula Gálvez de Pichilemu TV y Florentino Valenzuela de Oveja TV (luego Únetev) en la comisión directiva. Desde esta Asociación se gestionaron recursos para las postulaciones de las emisoras comunitarias a las concesiones locales comunitarias; y fue la responsable del acuerdo con la empresa SERCOM Broadcasting Intelligence para la realización de las carpetas técnicas de quienes lograron presentarse a concurso, a cambio de la futura compra de equipos en caso de resultar adjudicatarios.<sup>118</sup>

---

<sup>116</sup> Si bien las propuestas de la mesa fueron acogidas por varios senadores en el debate sobre la transición a la televisión digital, al final prácticamente ninguna fue aprobada de manera íntegra (Sáez Baeza, 2013: 45).

<sup>117</sup> <http://www.observatoriofucatel.cl/cntv-realizo-el-primer-encuentro-con-la-tv-comunitaria/>

<sup>118</sup> En su web institucional, la empresa sostiene que “es responsable de la elaboración de las bases técnicas y administrativas para postular a concursos públicos de servicios de telecomunicaciones, principalmente concesiones de Radio y Televisión (Analógica y Digital TVDT). Realización de proyectos de modificación, transferencia y renovación de concesiones de telecomunicaciones para ser presentadas antes los organismos pertinentes (CNTV, SUBTEL, FNE, etc.), incluyendo trámites de recepción de obras, solicitudes provisorias, respuestas a reparos, entre otros. Confección de estudios referentes al uso del Espectro Radioeléctrico, tanto para Radio y Televisión como para otros Servicios de Telecomunicaciones”. En <http://www.SERCOM.cl/proyectos/>

Para entonces, la CNTV (2015b) realizó un catastro de emisoras regionales, locales y locales comunitarias y encontró 22, aunque la “mayoría no trasmite en horario continuado” (p. 13)<sup>119</sup>. Cea Vargas (2015), por su parte, relevó 16 canales operativos: Señal 3 de la Victoria (población La Victoria, Pedro Aguirre Cerda, Santiago); Oveja TV (Comuna de Padre Hurtado); Tala TV (Provincia de Talagante); TV8 Peñalolén Población (Lo Hermida, Peñalolén); Niño Dios Televisión de Malloco (Localidad de Malloco, Peñaflor); ATV San Ramón (Población La Bandera, San Ramón); Espejo Comunicaciones (Comuna de Lo Espejo); Parinacota TV (Quilicura, Población Parinacota); La Legua TV (Población La Legua, San Joaquín); Víctor Jara TV (Barrio Yungay, Santiago Barrancas); Te Ve (Ex localidad de Barrancas: Pudahuel, Lo Prado, Cerronavia); Canal Barrial de Yungay (Barrio Yungay, Santiago); Pichilemu TV (Comuna de Pichilemu, Región de O’Higgins); Mapuche TV 3 (Comunidades Mapuche del sur del país); El 3 de Conce (Barrio Norte, Concepción, Región del Biobío); Queilen TV (Comuna de Queilen, Región de Los Lagos); Parinacota TV (Putre, Población Aymara del norte del país); Challa TV (Población San José, Arica, Región de Arica y Parinacota); y Antay TV (San Pedro de Atacama, Región de Antofagasta).

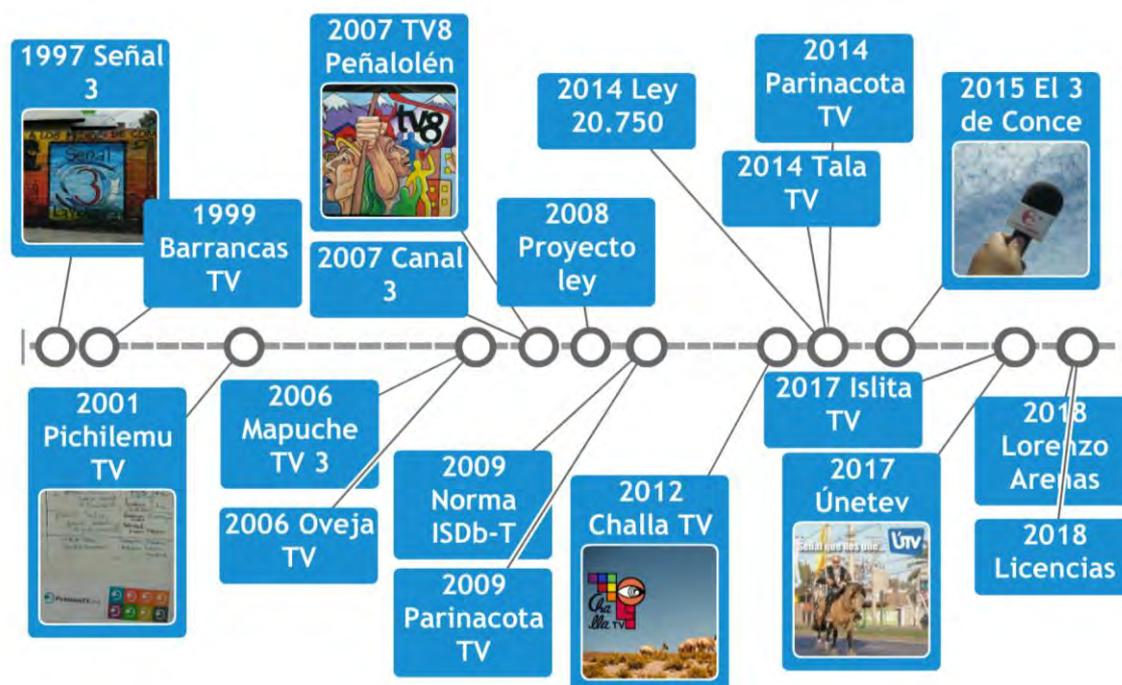
Con la Asociación conformada, y con una larga experiencia como red, los canales se dieron una importante tarea de visibilización e incidencia. Esto permitió que, a poco de su formación, integrantes de las emisoras comunitarias visitaran el CNTV, en una jornada sobre problemas jurídicos y de fomento frente al nuevo escenario televisivo abierto con la digitalización. Fruto de ese encuentro, el entonces presidente del organismo, Oscar Reyes, confirmó que se pondría en funcionamiento una línea concursable para fomento audiovisual destinada a canales comunitarios. Se refería al Fondo de Producción Comunitaria, que luego se integró como línea particular al Fondo CNTV, aunque –como ya señalamos- no terminó de diferenciar a las televisoras de las productoras audiovisuales, y fue muy criticado por la Asociación.<sup>120</sup>

---

<sup>119</sup> “Este informe presenta los resultados de un estudio sobre el sistema televisivo regional y local de nuestro país. Es un trabajo en progreso, puesto que el desarrollo –y muchas veces la desaparición- de este tipo de oferta es cambiante. La información está recabada entre el 05 de agosto de 2014 y el 10 de abril de 2015, en base a un centenar de entrevistas telefónicas y *online*, sobre las características de los canales de televisión que transmiten a nivel regional o local y comunitario. Con la nueva Ley que introduce la Televisión Digital en Chile, habrá un mejor acceso al espectro radioeléctrico y a licencias para canales de televisión con distintas ofertas. El catastro evidencia que nuestro sistema televisivo se compone de una gran variedad de canales que transmiten a pequeña escala a lo largo del país”. En <https://www.cntv.cl/catastro-de-canales-regionales-locales-y-comunitarios-2015/cntv/2015-06-11/110650.html>

<sup>120</sup> Además, durante esa jornada el organismo brindó una breve asesoría jurídica sobre los requisitos y condiciones necesarios para solicitar concesiones. En <https://www.cntv.cl/asociacion-audiovisualista-de-canales-comunitarios-de-chile-visita-cntv/cntv/2015-03-12/173739.html>

FIGURA 7. Línea de tiempo de los canales comunitarios de televisión abierta en Chile. Realizado en base a Cea Vargas (2015) e información propia



- **1977 Señal 3**  
Primera televisora comunitaria chilena. Emite desde La Victoria, población emblemática en la lucha contra la dictadura pinochetista. De perfil militante e inserción barrial. Con licencia en TDT.
- **1999 Barrancas TV**
- **2001 Pichilemu TV**  
Emisora de perfil cultural comunitario, está ubicada en la ciudad balnearia de Pichilemu, en la región de O'Higgins. Se destaca por el énfasis en la gestión del medio. Con licencia en TDT.
- **2006 Mapuche TV 3**  
Temuco
- **2006 Oveja TV**  
Confluye en Únetev.
- **2007 Canal 3**  
Canal Comunitario 3 San Ramón
- **2007 TV8 Peñalolén**  
Ubicada en la población de Peñalolén, Lo Hermida, tiene perfil militante e inserción barrial, y se define como instrumento de intervención política. Postuló a una concesión, pero no obtuvo licencia.
- **2008 Proyecto ley**  
Ingreso parlamentario proyecto ley 20.750
- **2009 Norma ISDb-T**
- **2009 ParinacotaTV**  
Quilicura.
- **2012 Challa TV**  
Ubicada en el norte de Chile, en Arica. Surge a partir de la unión entre colectivos audiovisuales y organizaciones sociales, con el objetivo de constituirse como "una tribuna".
- **2014 ParinacotaTV**  
Putre.
- **2014 Ley 20.750**  
Se sanciona la ley 20.750 de introducción de la televisión digital, que reconoce como prestadores a las emisoras locales de carácter comunitario.
- **2014 Tala TV**  
Confluye en Únetev.
- **2015 El 3 de Conce**  
Se define como comunitaria, popular, social y cultural. Sostienen una sensibilidad "entre la izquierda y la necesidad de una ciudadanía realmente empoderada". No tiene licencia.
- **2017 Islita TV**  
Confluye en Únetev.
- **2017 Únetev**  
Es un proyecto asociativo realizado sobre la base de tres emisoras: Oveja TV, Tala TV e Islita TV, que se unieron para presentarse a concurso. Lograron una concesión en TDT.
- **2018 Licencias**  
En los primeros meses de 2018 el CNTV adjudica las primeras licencias en televisión digital para emisoras locales comunitarias.
- **2018 Lorenzo Arenas**  
Radio comunitaria que postula a concesión de TV. Es la quinta de las televisoras que alcanzaron licencia.

Finalmente, en 2018 seis televisoras lograron presentar postulaciones para concesiones locales de carácter comunitario con medios propios, luego de que se fijaran las normas técnicas para que los canales analógicos migren a digital, y se estableciera un mapa de las 116 frecuencias digitales disponibles para que ingresen nuevas señales televisivas nacionales, regionales, locales y locales de carácter comunitario.<sup>121</sup> Se trata de la Agrupación de Audiovisualistas Señal 3 La Victoria, el Centro para el desarrollo comunal de Peñaflores, Talagante e Isla de Maipo (que reunió la experiencia de tres emisoras para formar Únetev), la Agrupación de Audiovisualistas de Pichilemu, la Red de Trabajadores/as Audiovisualistas Comunitarios de Arica, Challa TV y el Centro Cultural y de comunicaciones Radiofónica Lorenzo Arenas. La sexta emisora, TV8 Peñalolén, no logró la concesión, por lo que espera hacerlo a través de nuevas postulaciones en la categoría “con medios de terceros”; en este caso, por la zona, a través de la planta transmisora de la Señal 3 La Victoria, ya que ambas compitieron por la misma concesión.

Tras el hito que significó la entrega de las primeras cuatro concesiones locales de carácter comunitario, Reyes sostuvo que la TV digital es

un aliciente para continuar trabajando en favor de la comunidad, de las necesidades y representaciones del entorno en que se desenvuelven. Y es igual para el CNTV, para reconocer que el esfuerzo por potenciar a los canales comunitarios ha dado frutos y en el futuro, significará una TV más diversa y plural. El compromiso del CNTV con la producción comunitaria debe continuar creciendo, y conocer la realidad en que funcionan estos canales es parte importante de ello: sabemos cómo es la relación con las comunidades, cómo influye que el canal que trae las noticias y cubre sus eventos tenga una relevancia social cada vez mayor.

Sin embargo, las televisoras comunitarias tendrían aún muchos obstáculos que superar. Desde la organización para migrar a digital en los tiempos establecidos por la norma, partiendo de una posición muy desigual respecto de la industria, hasta la búsqueda de financiamiento para poder aplicar las garantías que el Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones (FDT) traía aparejadas. Un paso adelante, dos pasos atrás, en 2019 la primera emisora alternativa chilena, la mítica Señal 3 La Victoria, será nuevamente la primera en poner de manera regular contenidos elaborados por la comunidad en el aire de la televisión digital abierta y de libre recepción.

---

<sup>121</sup> <https://www.cntv.cl/cntv-entrega-primeras-concesiones-a-canales-comunitarios-en-chile/cntv/31/110414.html> 2018-01-

## 5.5. Estudio de casos

Como señalamos en el planteamiento metodológico, se buscó trabajar con casos significativos que representaran distintas situaciones y trayectos del fenómeno de la televisión alternativa, popular y comunitaria en Chile, teniendo en cuenta el catastro realizado por el CNTV (2015b) y el relevamiento presentado por Cea Vargas (2015), y considerando que algunos de los canales dejaron de existir o limitaron sus horas de programación. Esto nos llevó a una selección de canales de televisión abierta que emiten de manera regular, comunitarios, alternativos y populares, con distintos perfiles socioculturales, insertados en diferentes regiones de país, con mayor o menor grado de digitalización de sus equipos, con y sin títulos legales para emitir y con un grado diferente de acceso a financiamiento.

Para la construcción de la muestra se contó con la asesoría de la especialista Chiara Sáez Baeza (Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile), y de los activistas e investigadores Juan Ortega (Eco Educación y Comunicaciones) y José Robredo Hormazábal (Poder Ciudadano, actualmente Partido Comunes). Se trata de la Señal 3 La Victoria (Santiago de Chile), Pichulemu TV (Pichilemu, provincia de Cardenal Caro), Únetev (provincia de Talagante), TV8 de Peñalolén (Santiago de Chile), El 3 de Conce (provincia de Concepción) y Challa TV (Arica). De estas seis emisoras, tres están ubicadas en la Región Metropolitana de Santiago (dos en la provincia de Santiago y una en la provincia de Talagante); una pertenece a la región de Libertador General Bernardo O'Higgins, una a la región de Biobío y una a la región de Arica y Parinacota, en el norte del país. Todas integran la Asociación de Canales Comunitarios de Chile (antes RTP).



*Muro en la Población La Victoria*

### 5.5.1. Señal 3 La Victoria: pionera y combativa

“Les recordamos que estamos en campaña para recaudar \$ 3,1 millones de la última boleta de garantía. Póngase con la Señal 3. Los otros canales tienen a los empresarios. Nosotros sólo tenemos al pueblo”.<sup>122</sup> Con este posteo en la red social Facebook, la Señal 3 La Victoria continuaba recaudando los fondos exigidos para cumplir los requerimientos asociados al Fondo FDT, dependiente de la SUBTEL, destinado a subsidiar la transición a los sistemas de televisión digital terrestre. La televisora, fundada en 1997 en la emblemática Población La Victoria, foco de la oposición y la resistencia contra la dictadura de Pinochet, es la primera en emitir en Chile y posiblemente sea la más antigua de las emisoras comunitarias que se mantienen operativas en Latinoamérica, sostenidas por su base social. Este carácter pionero, y el hecho de permanecer en el aire a lo largo de los años y de los sucesivos gobiernos democráticos, hace que sea reconocida como referente por parte del sector.

Hasta el hito que significó la reciente migración, la Señal 3 emitía con 200 watts de potencia y una torre de 16 metros a 8 kilómetros a la redonda en la comuna de Pedro Aguirre Cerda, en el centro Sur de Santiago. En la actualidad, después de haber logrado una concesión en la modalidad local de carácter comunitario y luego de obtener un Fondo FDT, la televisora se encuentra instalando una nueva torre, paneles digitales y equipos de transmisión para llegar con sus contenidos, a través de la televisión digital, a las comunas de Pedro Aguirre Cerda, Lo Espejo, San Miguel, San Joaquín, Santiago Centro, La Cisterna, Quinta Normal y Cerrillos.

Señal 3 La Victoria [...] se encuentra a pocas semanas de subir el *switch* que le permitirá migrar de la televisión analógica a una digital terrestre. Durante las próximas semanas se estarán realizando actividades sociales y culturales para la recaudación de fondos. Este domingo 14 de abril se realizará una venta de garage, buena, bonita y barata. Desde las 10 horas la comunidad victoriana se reunirá en calle Estrella Blanca 4855, Pedro Aguirre Cerda, para solidarizar con la cultura y compartir con fraternidad.

Comparta y difunda. Este año si o si salimos a nueve comunas de la Región Metropolitana. A ocupar los Espacios que nos quitaron y la esperanza que nos apostaron. Que vuelvan los días en que los trabajadores y trabajadoras caminaron juntos construyendo poder popular. Nacimos para vencer. ¡No para ser vencidos!<sup>123</sup>

El canal encabezó la Red de Televisoras Comunitarias y Populares (RTP) y preside la Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile. La RTP, como destacamos en

---

<sup>122</sup> <https://www.facebook.com/canal3lavictoria>

<sup>123</sup> <https://www.facebook.com/canal3lavictoria>

apartados anteriores, fue el instrumento utilizado para participar en los debates que acompañaron la presentación y sanción de la ley 20.750, y con el cual los canales intervinieron con posiciones propias en la Mesa de Ciudadanía y TV Digital. La segunda herramienta fue clave en la estrategia de incidencia e intervención política desarrollada por las emisoras para conseguir, una vez aprobada la ley, que se abrieran las primeras zonas de postulación para concesiones en digital, y para lograr que se adaptaran algunos fondos para destinarlos al sector: el Fondo CNTV de interés comunitario para la producción de contenidos, y luego el Fondo FDT para la adquisición de equipamiento. Estas líneas de políticas públicas fueron la resultante de la demanda organizada; no obstante –ya volveremos sobre esto- son muy criticadas por no ajustarse a las especificidades de los canales comunitarios y por obligarlos a competir con productoras audiovisuales, reduciendo la participación de las emisoras en el monto final subsidiable.

Luis “Polo” Lillo, director de la televisora gestionada por la Agrupación Audiovisualista Señal 3 La Victoria y militante de la comunicación popular en Chile, define a la Señal 3 como una televisión “política, social y de izquierda. Somos una herramienta social y popular que trata de darle la dignidad al pueblo a través de la televisión. La televisión embobeca, nosotros concientizamos”. También explica que la propiedad de los equipos es colectiva, que se manejan bajo criterios de autogestión y que la línea editorial es “antiimperialista, antifascista, no xenófoba, está por la diversidad, por la cultura, por la memoria y por la educación”, y destaca las relaciones del canal con su comunidad de pertenencia a través de una escuela de formación en televisión y comunicación, ferias, festivales, la participación en la asamblea popular de la población y las articulaciones con otras organizaciones sociales y políticas presentes en la comuna (Lillo, entrevista 2018).

Este nivel de inserción y los vínculos con una base social movilizadora que hace propia la experiencia, sumados al perfil militante de la emisora, es uno de los elementos fuertes de su sostenibilidad.<sup>124</sup> Esta vocación y empuje es acompañada por una capacidad organizativa y de

---

<sup>124</sup> “Cautivar al resto de la comunidad con el proyecto no fue tarea fácil. Polo cuenta que por cerca de diez años mantuvieron el canal gracias a pequeños aportes: la cuota que cada programa pagaba por transmitir y su presencia semanal en la feria de la población, donde se instalaban con un tarrito a pedir aportes y a vender las antenas que sirven para captar mejor la señal. En catorce años, aseguran que han vendido más de 20 mil ejemplares. ‘Dime, ¿qué organización se mantiene así durante diez años en Chile? Ninguna. Si nos comparan con Umbrales TV, hay una gran diferencia. Ellos son profesionales, nosotros no. Acá somos todos autodidactas. Hemos crecido a base de esfuerzo, porque decidimos sacar adelante el canal con plata o sin plata. Es un compromiso que no pasa por el dinero, sino por las ganas y por la necesidad’. Estos esfuerzos fueron retribuidos, a través de alianzas con organizaciones internacionales, cuando tuvieron que comprar la casa que actualmente habitan”. (Morales & Uribe, 2011: 34-35) En la entrevista, Lillo informó que la mitad del dinero para la compra de la casa donde funciona el canal lo donó la banda española Ska-P. Esta banda también colaboró con Barricada TV, de Argentina.

gestión del conjunto de los canales. A través de la Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile, la Señal 3 fue una de las principales animadoras de las gestiones con los funcionarios del CNTV para que se abrieran las postulaciones que permitieron alcanzar una concesión con medios propios, por primera vez en la historia de la televisión en el país andino, a cuatro televisoras comunitarias: además de Señal 3, los proyectos de Únetev, Pichilemu TV y Challa TV.

En Chile, la ley de introducción de la TV digital y su decreto reglamentario establecen que las postulaciones son a libre demanda una vez establecido el mapa de frecuencias disponibles abiertas a concesiones en una zona determinada. Los canales ganadores de la concesión deben contar con una plataforma de transmisión, y una vez puesta en el aire la señal, deben comunicar al CNTV, al momento de la presentación de la carpeta técnica, el remanente para que éste se ponga a disposición de terceros de manera no discriminatoria. Por este motivo, el concurso por la frecuencia 47 en la televisión digital terrestre, ganado por la propuesta de La Victoria, compitió con otras dos emisoras: una de San Joaquín y TV8 Peñalolén; esta última, también integrante de la Asociación y que queda pendiente a la espera de un nuevo concurso para ir como canal asociado a la Señal 3.

| SEÑALES A TRANSMITIR    |            |                     |
|-------------------------|------------|---------------------|
| Tipo de Codificación    | Fija       |                     |
|                         | Tipo Señal | Tasa de Transmisión |
| Señal Principal         | 1 HD       | 8,2 Mbps            |
| Señal(es) Secundaria(s) | 3 SD       | 3,1 Mbps cada una   |
| Recepción Parcial       | One-seg    | 400 kbps            |

*Señales principal y secundarias presentadas con la carpeta técnica de Señal 3 La Victoria.*

Pero para llegar a este punto, hizo falta construir una relación –desigual y conflictiva– con el Estado:

Siempre ha sido mala la relación de los canales comunitarios con el Estado y yo creo que a ustedes en Argentina les pasa lo mismo, porque hay una inflexibilidad de parte del Estado a trabajar con lo desconocido. Una subestimación y además, hay un aparato burócrata que está ahí, es el muro que hay que derribar en algún momento, que es la burocracia del Estado. [...] Nosotros hace 21 años que venimos desarrollando televisión comunitaria; hace más de 15 años que empezamos a molestar con el tema de que

queríamos una ley, de que nos queríamos legalizar, de que éramos televisión pirata. El Estado no quería y no quería, y los periodistas, el colegio de periodistas y otra cantidad de medios nos miraban así como que nosotros éramos los hermanos pobres [del sistema de medios], como los *callamperos*, como le decían a la gente que vivía en los sectores populares, alejados de las urbes. Y yo creo que todavía nos siguen mirando de esa manera; de hecho ha sido tortuoso que ellos nos tomen en cuenta y ha tenido que ser hasta bajo presión: ¡Nos hicieron postular dos veces para la concesión! (Lillo, entrevista 2018)

En efecto, la primera postulación en 2017 fue declarada desierta, con todo lo que eso implica en términos de pérdidas económicas y desgaste para los medios autogestionados y sin fines de lucro. Lillo se refiere a la presentación de las carpetas técnica, jurídica, económica y de contenidos como “mamotretos”, dando cuenta de las dificultades y barreras de entrada que el sector debe atravesar para obtener una concesión con procedimientos concursales que no se adecúan a la realidad de las televisoras comunitarias:

Tienes que tener un técnico que te haga el estudio, además tiene que llevar la firma del ingeniero y eso es caro, ahí hay un barrera. La otra barrera es el tema económico: te hacen que proyectes tres años adelante, y que si vas a tener diez personas trabajando tienes que decir cómo les vas a pagar el sueldo y de dónde vas a sacar el dinero para pagarles. Entonces te hacen mentir, te hacen mentir y tú dices: “Bueno, voy a postular a un fondo del CNTV”. Nosotros pusimos eso y no nos ganamos el fondo del CNTV. ¿Qué *vai* a hacer si no te *ganai* a los fondos que *estai* postulando? Entonces cuando no hay una institucionalidad que diga “bueno, los fondos que se lleva Edward *para El Mercurio*, los fondos que se lleva COPESA para *La Tercera* y otros medios de parte del Estado por concepto de publicidad pública”..., nosotros lo que peleamos es que el 50 por ciento de lo que ellos se llevan, de los 50 millones de dólares que se llevan, sea para el desarrollo de televisión comunitaria, de las radios comunitarias y medios escritos e Internet. Queremos que el Estado haga publicidad por acá, por estos medios, no tenemos ningún problema en pasar campañas culturales, campañas educativas, de salud. [...] Por lo tanto hemos encontrado barreras, si bien el gobierno anterior, dentro del CNTV abrió este dinero para hacer producciones comunitarias y para apoyar a los canales. (Lillo, entrevista 2018)

Las dificultades para acceder a los fondos públicos son un tema recurrente, al igual que la demanda de un financiamiento estable que permita montar una estructura de trabajo con salarios en el marco de la profesionalización del medio. Estas demandas se acrecentaron en el último año, con el gobierno de Sebastián Piñera y el nombramiento de Catalina Parot al frente del CNTV, en el lugar que antes ocupaba Oscar Reyes. Habiendo logrado la concesión, la Señal 3 esperaba que se destrabara el financiamiento y que, en lugar de destinar el Fondo de Interés Comunitario a productoras audiovisuales, recalara en los proyectos televisivos concursados o por concursar. Sin embargo, en la última edición, ninguna de las emisoras logró ganar financiamiento para sus contenidos, en un contexto que requiere movilizar grandes sumas de

dinero para digitalizar todo el equipamiento: hasta ese momento, el canal de La Victoria tenía equipos de registro en digital (dos cámaras Canon 70D y una Panasonic AgAc 90, entre otras), pero seguía utilizando el programa VLC como automatizador de video y buena parte de los artefactos de iluminación eran artesanales. Recién con la aplicación del Fondo FDT, esta emisora logró comenzar la migración del equipamiento de transmisión. Por lo tanto, la existencia de políticas públicas (tanto de legalización como de fomento) es percibida como fundamental para lograr recorrer con éxito la distancia existente entre la tecnología analógica y la alta definición, y su ausencia se lee como una limitante.



*Frente de Señal 3 La Victoria*

También son claves las estrategias desarrolladas por las emisoras para conseguir las licencias y los fondos que permiten pagar la migración, al punto que ambas terminan complementándose. Lillo, a través de la Asociación de Audiovisualistas de Canales Comunitarios de Chile, gestionó un acuerdo con una empresa de la industria de las telecomunicaciones, SERCOM Broadcasting Intelligence, para la confección de las carpetas técnicas, firmadas por profesional competente, de manera gratuita para las emisoras de la red. El acuerdo implicó el compromiso posterior de compra del equipamiento a esta empresa, que también se hizo cargo de la elaboración de los requisitos técnicos a presentar para aplicar al FDT, de donde saldría finalmente el dinero para la adquisición del transmisor, modulador,

multiplexor, encoder, torre, cables y antena (en el caso de Señal 3, la torre se adquirió con fondos propios).

Antes trabajamos con una empresa que llegó a la Subsecretaría de Telecomunicaciones, que se llama Totaltel. La idea era el desarrollo de una primera televisión comunitaria, obviamente la SUBTEL estaba pensando en nosotros como la primera televisión comunitaria en Chile; entonces estuvimos trabajando con ellos y pasó que los abogados de esta empresa, como nosotros somos una organización comunitaria y no somos empresa, nos pedían que la organización me entregara todo el poder a mí en un papel notarial donde yo tuviera el derecho de vender, de hacer todo lo que yo quisiera con el espacio. Nos opusimos todos, partiendo por mí, porque nosotros trabajamos en el sentido comunitario, y el sentido comunitario es de todos [...] Entonces se cayó esa empresa y empezamos a trabajar con SERCOM [...] Es difícil trabajar con una empresa, pero ésta fue bien consciente y llegamos a un acuerdo, y de ahí nos han apoyado hasta el día de hoy. De hecho un día me llamó Totaltel, cuando supieron ganamos la concesión, para ofrecernos lo que pidiéramos. ¿Cómo voy a darle la espalda a quienes han trabajado con nosotros todo el rato? No puedo. Ellos querían que nosotros, o sea que yo como presidente de la Asociación, incidiera en todos los otros canales y decirles “ahora nos cambiamos a Totaltel”. (Lillo, entrevista 2018)

Según Lillo, el acuerdo con SERCOM implica la transferencia de los saberes tecnológicos, a través de la capacitación de los integrantes de los canales que adquieran sus productos. “Porque si no, cómo *vai* a hacer. No va a ser sólo tirar el *switch* arriba y *chao*, si no tiene que haber una capacitación para no quemar equipos, que haya una instalación eléctrica como corresponde, que haya todo un tema técnico según lo que se necesite” (Lillo, entrevista 2018). Señal 3 La Victoria aplicó y ganó en 2018 al FDT en la línea de postulación de sistemas de televisión digital, después de haber obtenido la concesión. Consultado sobre la relación entre las políticas de fomento y la incorporación de la tecnología en la actual coyuntura chilena, afirmó que “no hay, no existe”. “En este momento nos encontramos en el proceso de migración a la TV digital. Nos exigen lo mismo que las grandes cadenas, pero no nos dan un veinte para producción ni para elaboración de contenidos”.<sup>125</sup>

Gracias al gobierno anterior nos ganamos la concesión y nos estamos ganando el FDT. “¿Y ustedes qué han hecho?” [En referencia a la gestión de Piñera] Entonces necesitamos plata para desarrollo y contenidos, y para cambio de infraestructura y equipos [...] ¿Quién se va a hacer cargo de eso? Entonces les dijimos: “Oye, háganse cargo, nos sale más o menos tener diez personas trabajando con los costos y con todo, lo que significa diez personas anual trabajando en el canal, que no es nada, para el desarrollo de contenido, para lo que ustedes quieran, hay que tener 100 millones al año, para eso. Pero necesitamos ojalá unas 20 personas que estén acá, trabajando todos los

---

<sup>125</sup> <https://www.facebook.com/canal3lavictoria>

días, con horario y todo el tema y para eso necesitamos 200 millones de pesos más. (Lillo, entrevista 2018)

Lillo se define como un comunicador social, recuerda que al principio “no teníamos idea de cómo hacer televisión”, que montaban “de VHS a VHS, pausa, rec, pausa, rec, íbamos cortando” y que aprendieron edición no lineal “cuando nos llegó el computador para editar, un año nos demoramos en ensayo y error”. De acuerdo con el referente, “capacitarte acá en Chile es muy caro, Chile es uno de los países más caros de América Latina” (Lillo, entrevista 2019). Cuando analiza el recorrido realizado por la emisora, sostiene que

este espacio no lo hemos construido para el Polo, ni pal Cristián sino que lo hemos construido para toda la comunidad. Vamos a hacer un llamado, a través de redes sociales, a través de todos los medios que tengamos a la comunidad en general para que vengan a tomar este espacio y le den la continuidad que hay que darle. Si viene gente joven con ganas, con ímpetu, con ánimo cambiar la sociedad a través de la televisión, ¿qué puedo decir yo? Me voy *pa* la casa, “aquí está el medio y hagan lo que tengan que hacer”. [...] No tenemos por qué ser egoístas, en lo que nos ha costado 21 años de nuestras vidas, pero si eso va a servir para realmente transformar la sociedad, felices. (Lillo, entrevista 2018)

Finalmente, Señal 3 La Victoria entiende que el desafío es crear y ayudar a construir más canales comunitarios, que puedan disputar un lugar en el concentrado sistema televisivo chileno:

La mayor cantidad de canales que podamos. Siempre lo hemos hecho, con nuestra guía yo creo que hay crecido más de 15 canales comunitarios; la mayoría se han caído y es por el tema del financiamiento, nosotros les prestábamos un transmisor, antena, cable y ellos ya tenían que hacer su tele *¿cachai?* Y para el futuro es lo mismo, seguir tratando de apoyar, ya nosotros pasamos por un proceso de postulación y a toda la gente con la que hemos conversado le estamos diciendo, ya tenemos la experiencia de esto y vamos a ser generosos en términos de traspasar el conocimiento de lo que nos costó y de todo lo que hay que tener para poder postular. (Lillo, entrevista 2018)

### 5.5.2. Pichilemu TV: televisión comunitaria con énfasis en la gestión

Pichilemu es una ciudad balnearia en la zona central de Chile, en la región de O'Higgins, al Sur Oeste de Santiago. Es la capital de la provincia Cardenal Caro. Debido al oleaje de sus playas, Pichilemu es reconocida como la "Capital Mundial del Surf", desarrollándose campeonatos de relevancia internacional. La Ciudad alberga unas 16 mil personas, de acuerdo con las estadísticas municipales. En el centro, en la calle Ángel Gaete 591, funciona desde 2001 Pichilemu TV, junto con la Señal 3 La Victoria, uno de los canales alternativos, populares y comunitarios con más años de Chile.

La emisora, gestionada por la Agrupación de Audiovisualistas de Pichilemu, se define como "un medio de comunicación comunitario, que entiende y ocupa las herramientas audiovisuales para informar a la ciudadanía, utilizando diferentes plataformas en función de la comunidad, su memoria, entorno y Patrimonio".<sup>126</sup> Transmitiendo con tecnología analógica en el canal 3 mientras inicia el proceso de digitalización, su cobertura alcanza la comuna de Pichilemu y sus alrededores, en un radio de 20 kilómetros: el centro de la ciudad y las comunidades de Punta de Lobos hacia el Sur, Pueblo de Viudas hacia el Este y Punta Centinela hacia el Norte.

La marca distintiva de Pichilemu TV son los contenidos culturales locales, y un compromiso social que se manifiesta en líneas de trabajo de inserción comunitaria: además de la realización de contenidos, impulsan una escuela de televisión y un festival de cine itinerante que recorre la costa de las regiones de O'Higgins y El Maule, impulsando la actividad cinematográfica en la zona centro sur de Chile, donde no existen salas de cine, ni escuelas del área. El FicPichilemu tiene financiamiento municipal y se desarrolla durante una semana con exhibiciones en un domo montado en los espacios públicos de las comunas, con una importante asistencia de público.<sup>127</sup>

Fundado por la diseñadora de indumentaria Paula Gálvez y por el audiovisualista Giovanni Morales, el canal primero arrancó como un emprendimiento privado de cable<sup>128</sup> que

---

<sup>126</sup> <https://pichilemutv.org/nosotros/>

<sup>127</sup> En este sentido, la directora ejecutiva de Pichilemu TV explica que "la tele comunitaria generalmente para nosotros es un instrumento, pero no es el único. No es la única herramienta por la que nosotros estamos trabajando, porque cuando tú empiezas a pensar en el desarrollo social, cultural, *empezai* a soñar, se te abren un montón de expectativas de "podemos hacer esto, vinculémonos con los artistas" y ahí hay áreas potentísimas". (Paula Gálvez, Pichilemu TV, entrevista 2018)

<sup>128</sup> "En esto tú tienes que sembrar mucho, y sembrar significa que tienes que sacrificar y dar inclusive lo que tú no eres capaz de dar, entregarlo con el objetivo que en algún momento eso puede dar frutos, pero nosotros tampoco lo teníamos tan claro, efectivamente veníamos del modelo de la televisión que todos conocemos, el modelo

buscaba mostrar las noticias y atractivos locales, ausentes en los medios nacionales. Sin embargo, una crisis de sostenibilidad a los tres años de haber comenzado a funcionar sirvió para revisar el sentido y los objetivos del proyecto, indagando en otras formas de hacer televisión y poniendo énfasis la gestión (un “giro comunitario”, de acuerdo con Morales & Uribe, 2011: 40). Resultado de esta búsqueda fue el encuentro con la Señal 3, y luego con otras experiencias similares con las cuales comenzaron a dar forma a la Red de Televisoras Comunitarias y Populares RTP, integrando su núcleo directivo.

En ese marco, Pichilemu TV postuló y ganó una concesión local de carácter comunitario en televisión digital terrestre con infraestructura de transmisión propia en la señal 50, que se hizo efectiva en febrero de 2018 y que motivó la visita del entonces presidente del CNTV, Oscar Reyes, a la sede de la emisora.<sup>129</sup> Gálvez reconoce en la figura de Polo Lillo, referente de la Señal 3, un actor clave en la estrategia que permitió construir este hito: fue él quien sostuvo la pelea, siguió “golpeando puertas”, atendió “el tema político” tanto durante los gobiernos de Bachelet como en los de Piñera, y negoció con la empresa SERCOM la elaboración de las carpetas técnicas de manera gratuita y con compromiso posterior de compra para los canales integrantes de la red.

La estrategia desarrollada por la emisora se concentró en dos líneas, que pueden sintetizarse de la siguiente manera: 1) la intervención política, gremial e institucional colectiva en la relación con el Estado desde la participación en la RTP, y luego en la Asociación de Audiovisualistas de Canales Comunitarios de Chile; y 2) el desarrollo de un plan de gestión de sostenibilidad del proyecto en el tiempo, y permita planificar la migración a digital: Pichilemu TV, en 2018, ya contaba con equipos digitales para registro y estudio, pero aún seguía emitiendo en analógico a la espera de fondos concursables del FDT para la migración a digital de los sistemas de transmisión, que en su primera edición no se abrieron para esa zona.

Ambas estrategias –intervención gremial colectiva para la relación con el Estado y plan de gestión- son complementarias, en tanto que la primera contempla las gestiones para la

---

comercial, que es así por naturaleza, o sea, ya los estudios lo dicen, así es la historia de la televisión en Latinoamérica”. (Paula Gálvez, Pichilemu TV, entrevista 2018)

<sup>129</sup> Oscar Reyes se dio una política de vinculación con el sector comunitario, atendiendo a la demanda encabezada por la Asociación Audiovisualistas de Canales Comunitarios de Chile: desde la elaboración de un catastro de emisoras por parte del CNTV, hasta la visita a varios de los canales: Pichilemu, Señal 3 La Victoria, Niño Dios de Malloco (Únetev), talleres de televisión comunitaria en Quilicura TV, capacitaciones para el acceso a fomento, etc. Sin embargo, la relación con el organismo por parte del sector es ambivalente, ya que los fondos destinados a las emisoras confunden a los beneficiarios con productoras audiovisuales, limitando la participación de los canales como ganadores. Con el cambio de gobierno, esta limitación quedó a la vista: los últimos llamados no arrojaron ningún canal local comunitario entre los ganadores del fondo.

apertura de las postulaciones, la pelea por efectivizar fondos de política pública para los comunitarios y la negociación colectiva con proveedores; y la segunda, la organización de las acciones hacia la comunidad y hacia el funcionamiento interno, de cara a mejorar procesos de gestión que apunten a la profesionalización del medio y a la construcción de un vínculo activo con el público.

Ayudó mucho haber comenzado con esta organización de base, porque ya habla de que nosotros no teníamos el interés de que nos quedáramos adueñados, como propietarios de los equipos, sino que ya estábamos pensando en una institución sin fines de lucro para que todo eso quedara [en la comunidad]. Eso fue crucial. Y también fue crucial habernos apoyado en el plan de gestión, que nos permitió entender nuestros tres ejes fundamentales por los cuales nos estamos moviendo: creación, formación y difusión. Ese es nuestro Norte. Entendimos nuestras tres necesidades como base y siempre como desarrollo de nuestra tele comunitaria, y por lo tanto todas las actividades que a una se le ocurra, este sueño de inventar, lo ubicamos en lo que sería nuestro “marco regulatorio”. (Gálvez, Pichilemu TV, entrevista 2018)

Creación, formación y difusión, son los tres elementos sobre los que se construye la sostenibilidad del medio, con la inserción comunitaria en la base del modelo: cursos, escuelas, actividades, políticas de transparencia, proyecciones, festivales trazan puentes con la comunidad de origen, con el objetivo de conformar públicos participativos, empoderados y activos:

Nos proponemos llegar a niños, jóvenes, adultos y tercera edad, hombres y mujeres, con una mirada inclusiva, multicultural, poniendo énfasis en la interacción de artistas y la comunidad y desarrollando escuelas de formación como estrategias de participación, empoderamiento y como herramienta que permita conocer las características, las fortalezas, necesidades de la comunidad y el territorio del cual formamos parte.<sup>130</sup>

Así como la militancia impulsada por la Señal 3 fue clave en la estrategia de los canales para encarar el proceso de legalización, Pichilemu TV aporta al colectivo su experiencia en planificación, gestión y acceso a recursos que permiten pagar honorarios, capacitarse y sostener una estructura en funcionamiento, con áreas de trabajo: Dirección Ejecutiva, Dirección de Programación y Contenido, Relaciones Públicas y Análisis Estadístico, Área de Finanzas, Área Técnica y Área de Realización Audiovisual. Pero el énfasis no está puesto en “obtener recursos” sino en la planificación y gestión del trabajo de la emisora como totalidad, sobre todo a partir

---

<sup>130</sup> <https://pichilemutv.org/nosotros/>

de la legalización y los desafíos que ésta impone, obligando a migrar de la tecnología analógica a la tecnología digital en tiempo récord para los canales comunitarios:

La financiación efectivamente es clave, pero también es muy necesaria la gestión propia, porque muchas veces los canales no tienen las herramientas, no saben cómo postular a proyectos. Entonces nosotros hemos insistido mucho con ese tema. A veces ni siquiera hacen contenido en forma permanente, entonces para tu poder demostrar ser un canal de televisión tienes que transmitir, tienes que producir contenidos, y los compañeros de repente se nos van quedando atrás, como que hacen videos de *YouTube*, ¿te das cuenta? A mí me interesaría mucho hacer un trabajo potente en términos de apoyar a estas experiencias y que se construyan, pero necesitan de mucha capacitación y de adaptación a la tecnología y a las nuevas normativas. (Gálvez, Pichilemu TV, intercambio por mensajería, 2019)

Para Pichilemu TV, haber logrado obtener financiamiento en las modalidades presentación y permanencia del Programa “Otras Instituciones Colaboradoras del Estado”, dependiente del Ministerio de las Culturas, significó un avance importante en el mejoramiento de los procesos de trabajo, ya que está destinado a financiar el plan de gestión de los proyectos ganadores. Como señalamos en apartados anteriores, este fondo no está destinado a las emisoras locales comunitarias, sino que se dirige a instituciones y organizaciones culturales de derecho privado y sin fines de lucro. Para obtenerlo la televisora indagó en los resquicios, adaptando su propuesta para competir con iniciativas de una dimensión mucho mayor, como “el Museo de Arte de Santiago, o el Festival de Cine de Valdivia” (Gálvez, entrevista 2018).

**POSTULACIONES**

- 1) SUB. MUNICIPAL
- 2) FONDO DE DESARROLLO
- 3) FONDO DE INICIATIVAS
- 4) FONDO DE PROYECTOS
- 5) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 6) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 7) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 8) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 9) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 10) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 11) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 12) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 13) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 14) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 15) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 16) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 17) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 18) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 19) FONDO DE INVESTIGACIONES
- 20) FONDO DE INVESTIGACIONES

**ESCUELA**

**OTIC**

**Pichilemu TV**

**PROGRAMA DE TV**

**Calculos:**

Costos por hora (UF)

240 un. avisos

1 un. aviso = 30 seg

Usando valor de Julio

2,75 UF + 25%

= 4,25 (0,75 UF) ≈ 0,99 UF

Para Julio:

≈ \$25.530 por un. aviso

**PROGRAMA DE TV**

|                                                                         |                  |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1. Taller Temático: Definición de la idea y desarrollo (1 día)          | 13 de Abril      |
| 2. Sesión: Prácticas de Redacción de Documentos de Producción (2 días)  | 14 y 15 de Abril |
| 3. Sesión: Prácticas de Edición, desarrollo de post-producción (2 días) | 16 y 17 de Abril |
| 4. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)    | 18 y 19 de Abril |
| 5. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)    | 20 y 21 de Abril |
| 6. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)    | 22 y 23 de Abril |
| 7. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)    | 24 y 25 de Abril |
| 8. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)    | 26 y 27 de Abril |
| 9. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)    | 28 y 29 de Abril |
| 10. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)   | 30 de Abril      |
| 11. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)   | 1 de Mayo        |
| 12. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)   | 2 de Mayo        |

**OTIC**

Programa de TV

1. Taller Temático: Definición de la idea y desarrollo (1 día)

2. Sesión: Prácticas de Redacción de Documentos de Producción (2 días)

3. Sesión: Prácticas de Edición, desarrollo de post-producción (2 días)

4. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

5. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

6. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

7. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

8. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

9. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

10. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

11. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

12. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

**OTIC**

Programa de TV

1. Taller Temático: Definición de la idea y desarrollo (1 día)

2. Sesión: Prácticas de Redacción de Documentos de Producción (2 días)

3. Sesión: Prácticas de Edición, desarrollo de post-producción (2 días)

4. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

5. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

6. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

7. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

8. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

9. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

10. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

11. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

12. Sesión: Prácticas de Edición de Documentos de Producción (2 días)

Organizador en Pichilemu TV

La experticia lograda por esta televisora contrasta con las enormes dificultades de las emisoras alternativas y comunitarias en conjunto, que encuentran estos programas distantes de sus posibilidades y los perciben como “no hechos para ellos”, lo cual impacta en su ritmo de crecimiento de manera desigual. El hecho de funcionar en una región –O’Higgins- y desarrollar actividades de difusión cultural de alto impacto en su comunidad, como el FicPichilemu, pone a esta emisora “al nivel de las 17 organizaciones en Chile que se financiaron con este programa. [...] Queremos que *los cabros* de La Victoria nos sigan y se sumen, porque necesitamos que ellos también sean financiados” (Gálvez, entrevista 2018).

Según Giovanni Morales, fundador y el responsable de la programación y los contenidos de Pichilemu TV,

en Chile no hay un fondo, o no hay fondos destinados para lo comunitario. Está bien esa lectura, está bien dicha, porque en realidad no hay. [...] No llegamos por el fondo [del CNTV] a hacer televisión comunitaria, sino que llegamos por la cultura, y en ese sentido ahora la cultura es mucho más competitiva. El mundo audiovisual en Chile son puras productoras, puros cines. [...] Nosotros hemos ganado fondos para hacer películas, para hacer series, de una u otra manera además nos hemos capacitado en eso, en cambio los canales comunitarios que nacen de la ciudadanía, de juntas de vecinos, ¿cómo van a competir a ese nivel? No tienen posibilidad, entonces en Chile no hay plata para televisión comunitaria. (Giovanni Morales, Pichilemu TV, entrevista 2018)

Morales se refiere a los Fondos CNTV de interés comunitario. Como apuntamos más arriba, éstos son cuestionados por el sector por no concentrarse en las especificidades de las emisoras, que tienen que enfrentar la transición a digital desde una posición periférica en el sistema de medios, en un escenario en el cual los medios televisivos nacionales privados reclaman la postergación del apagón analógico por cinco años más. El hecho de estar dirigido indistintamente a canales y productoras audiovisuales, que requieren una inversión muchísimo menor y no deben garantizar la emisión diaria de una parrilla de programación, hace que este fondo no termine de cumplir con los estándares internacionales sobre una televisión digital terrestre incluyente, que recomiendan una atención particular para el desarrollo de este actor (RELE, 2015).

Pese a que la gran mayoría de los canales son previos a la sanción de la ley 20.750, el mandato que ésta ordena acerca del fomento del pluralismo se orienta en los hechos a los contenidos más que a los actores. De ahí que se lea que el Fondo CNTV de Interés Comunitario

está tomado por las productoras. Si tú *mirai*, ningún comunitario ha ganado después de la primera vez [...]. Imagínate que llegan más competidores en ese fondo que en ningún otro fondo que tenga el CNTV, porque es más flexible. [...] Ellos tienen expertís,

profesionales, y saben cómo presentar proyectos porque han postulado diez años; y en el jurado no hay ninguno del mundo comunitario. (Morales, Pichilemu TV, entrevista 2018)

Por último, el financiamiento a través de la publicidad pública o privada no aparece aún de manera clara dentro del horizonte de reivindicaciones. Gálvez subraya que “estas experiencias de televisión comunitaria somos las pioneras, por lo tanto mucho es a prueba y error. Lo que tenemos claro es que la ley en ningún momento impide tener publicidad. Estamos siendo conejillo de indias, empezando recién a aplicar la ley de televisión digital” (Gálvez, 2019, intercambio por mensajería). No obstante, el eje puesto en la gestión es ordenador de la planificación: “Los recursos hay que salir a buscarlos, no van a venir a nosotros por el sólo hecho de existir”.

### *5.5.3. Únetev: una estrategia asociativa*

Si hay un diferencial del proyecto de Únetev, éste es la estrategia asociativa que puso en marcha para postular por una concesión local de carácter comunitario. El Centro para el Desarrollo Comunal es la herramienta jurídica que actualmente contiene a tres emisoras de diferentes comunas de la provincia de Talagante, en la Región Metropolitana de Santiago: Tala TV, de la comuna homónima; Oveja TV, de Padre Hurtado, y finalmente Islita TV, de Isla de Maipo, ésta última nacida en las escuelas de televisión popular impulsadas por las primeras como parte del trabajo comunitario en la zona. Estas emisoras unieron sus esfuerzos, equipos y propuestas para crear un proyecto original. Por este motivo, es el más nuevo de los canales relevados.

Únetev es una de las cuatro televisoras que postuló en 2017 y obtuvo su concesión para operar en el canal 42 en los primeros meses de 2018. Creada a partir del concurso, reúne en su seno distintas tradiciones de manera asociativa –televisoras comunitarias, culturales, barriales e inicialmente una religiosa-, sobre la base de la lectura de que ninguna estaba en condiciones de ganar la concesión de manera individual, debido a las exigencias que el concurso implica en términos técnicos, patrimoniales y comunicacionales. En el armado original participaba también el canal Niño Dios Televisión de Malloco, Peñaflor, pero las tensiones entre esta experiencia, vinculada con la parroquia Niño Dios de esa comuna, y las restantes, hizo que finalmente quedara fuera del acuerdo.

Recordemos que el esquema concursal chileno implica la postulación a una concesión en una frecuencia que el CNTV informa como disponible, de acuerdo al plan técnico realizado tras la asignación de los prestadores privados y públicos que ya venían emitiendo antes de la

aprobación de la ley 20.750, y que las postulaciones en esta primera etapa son para concesiones con medios propios. De modo que al estar disponible una frecuencia las emisoras compiten entre sí, ganando la que es mejor evaluada. Luego, quien resulta concesionario, debe informar los remanentes a la CNTV, que quedan abiertos a futuras postulaciones con medios de terceros.

Adrián Leal, que venía impulsando Tala TV, explica que tenían

claro que los canales, excepto Niño Dios de Malloco, no tenían ninguna condición para ganar la concesión. Niño Dios tenía todas las condiciones para postular porque el cura tiene la plata y perfectamente él puede poner las *lucas* y finalmente salir adelante, pero mi intención siempre fue trabajar de manera asociativa, previendo también que ellos podían postular de manera independiente y nosotros quedar abajo. [...] Para destrabar un poco la discusión lo que se acordó fue que se postularan ellos y Oveja TV, que tenían personería jurídica, pero que cualquiera de los dos que ganara tenía que arrastrar a todos. (Adrián Leal, Únetev, entrevista 2018)

Oveja TV logró presentarse gracias a las gestiones de la Asociación de Audiovisualistas de Canales Comunitarios de Chile para la realización de la carpeta técnica, que en todos los casos analizados resultaba excluyente sin la negociación lograda por Polo Lillo, de la Señal 3 La Victoria, a nombre de la Asociación, con SERCOM para la elaboración de la carpeta técnica a cambio de la futura compra del equipamiento a esa empresa. Tala TV, al no poseer persona jurídica, no postuló. Y Niño Dios Televisión, que aparecía como el canal más preparado para atravesar el concurso, por “una mala gestión” no llegó a presentarse. De esta forma y contra los pronósticos de sus propios impulsores, ganó Oveja TV, y con ellos el proyecto asociativo de Únetev.

El acto de adjudicación se realizó en los estudios de Niño Dios, con la visita del presidente del CNTV durante la segunda presidencia de Michelle Bachelet, Oscar Reyes, y las participaciones del gobernador Juan Pablo Gómez y del alcalde de Peñaflor, Nibaldo Meza, además de los integrantes de las señales que ponían en funcionamiento el nuevo canal.<sup>131</sup> Sin embargo, las tensiones entre el perfil institucionalizado de la emisora promovida por la organización religiosa y la práctica de las emisoras comunitarias y barriales no permitieron que el acuerdo asociativo siguiera prosperando:

Ya tenemos, como se dice acá, tenemos el sartén por el mango. Entonces hay posibilidad de negociar y en cierta medida con eso poner la mano sobre la mesa, entonces hablamos directamente con el cura y finalmente el cura declaró sus intenciones. Él dijo: “Yo les paso ahora los 50 millones de pesos pero ustedes nos pasan la concesión a nosotros”

---

<sup>131</sup> <https://www.cntv.cl/inauguran-programacion-y-estudios-en-nuevo-canal-comunitario-de-la/cntv/> 2018-02-15/102828.html

[risas], entonces ahí quedamos un poco más tranquilos de que sabemos cuáles son las intenciones. Además, no podemos por una cuestión de ley incluso, porque la ley establece que no se puede ni concesionar ni entregar a nadie la frecuencia. En este caso Oveja TV es la que tiene la concesión, todos los otros canales estamos en función de trabajar en un proyecto colectivo. (Adrián Leal, Únetev, entrevista 2018)

La sede de Únetev finalmente se estableció en Padre Hurtado, en la calle Baldomero Lillo 632, donde funcionaba Oveja TV. La emisora, de acuerdo con su carta de principios, está destinada a difundir “los programas producidos y coproducidos por los canales de la provincia, realizaciones audiovisuales colectivas, que se transmitirán bajo los principios éticos del respeto, solidaridad, equidad y democracia”. Los objetivos de la programación son “satisfacer las necesidades educativas, recreativas, culturales y comunitarias de las comunas de la Provincia de Talagante”.<sup>132</sup> Florentino Valenzuela, que llega a Únetev desde Oveja TV, define esta nueva televisora en el marco de una búsqueda que involucra el territorio, y se refiere a las señales que allí confluyen como barriales con fuerte desarrollo local, con foco en el tema identitario comunal y en el rescate patrimonial, con un perfil semejante al de Pichilemu TV (Valenzuela, Únetev, entrevista 2018).

El debate político no tiene que ver [en estas emisoras] con un tema nacional, sino con lo que pasa, el control social, qué hacen las autoridades, responder a ciertas temáticas propias del sector. [...] ¿Cómo entendemos la comunidad? Desde nuestra realidad, que es una comunidad urbano rural, muy próxima a Santiago pero que es una realidad completamente distinta. Y hasta este minuto el denominador común de todos los canales ha sido la autogestión. [...] Hay experiencias como por ejemplo Pichilemu que ha tomado un modelo de carácter cultural, y que ha logrado instalar ciertas propuestas que uno ve como colectivo que ellos han institucionalizado y ahí uno podría rescatar. (Valenzuela, entrevista 2018)

En efecto, el canal de Pichilemu es visto como un ejemplo en términos de modelo de sustentabilidad y sostenibilidad, así como las gestiones de la Señal 3 La Victoria son valoradas como claves para lograr las postulaciones. Valenzuela sintetiza tres elementos presentes en la televisora ubicada en la capital de Cardenal Caro sobre los que Únetev busca inspirarse: la escuela de televisión, los festivales de cine comunitario (el FicPichilemu) y la difusión del proyecto más allá de la televisión, que son leídos como pilares que han permitido plantear un modelo de financiamiento a través de fondos públicos:

Ellos tienen una habilidad que es la institucional, la trayectoria cultural que se convierte en un activo reconocido. En Santiago competimos todos, pero en regiones es mucho

---

<sup>132</sup> <http://www.unetev.cl/nosotros/>

más fácil porque hay muy pocos colectivos que se están dedicando al tema cultural, pero yo creo que eso se logra porque han logrado profesionalizar el tema de la actividad televisiva, o sea se sustentan, porque el equipo humano que tienen es un equipo humano técnico, saben elaborar proyectos. A nosotros nos pasó algo curioso, hemos postulado a un fondo por ejemplo, ya cuatro veces y no lo ganamos, y siempre hay observaciones técnicas por lo tanto no hemos sido capaces, estoy hablando de Oveja TV, de tener fondos para el desarrollo de contenido. Entonces tener un equipo humano con un perfil profesional te permite tener tiempo que no sea después de la *pega*, hacer el proyecto a medias. (Valenzuela, entrevista 2018)

Críticos de las políticas públicas de fomento por entenderlas como no adecuadas a las necesidades del sector, Tala TV había logrado obtener fondos CNTV de interés comunitario para el desarrollo de contenidos, y más tarde Únetev logró el fondo FDT para la adquisición de los equipos de transmisión. Además, crearon una propuesta de *crowdfunding* con el objetivo de reunir, a través del financiamiento colectivo, \$ 5 millones para instalar la planta transmisora (torre, gabinete, empalme eléctrico, cierre perimetral y demás costos asociados), y para



*Únetev, señal que nos une.*

recaudar el dinero necesario para las boletas de garantía resultantes del FDT. Siguiendo la línea de Pichilemu, la campaña se orientó a concientizar sobre la importancia de contar con un canal de televisión comunitario asociativo para toda la provincia de Talagante. Al cerrar estas líneas, estimaban iniciar las transmisiones experimentales hacia la mitad de 2019, período en que los canales comunitarios asociados comenzarían a emitir su programación a través de Únetev, “la señal que nos une” –consigna que acompaña al nombre.

Pero de acuerdo con los impulsores de esta experiencia, no existe un fondo específico para el sector comunitario, y el FDT para estos medios fue “tardío”: “No existen las herramientas, ni tampoco existe la arquitectura, pensando en la realidad de los comunitarios, de cómo funcionamos, cómo existimos”; es decir, el Estado desconoce la realidad del sector y por lo tanto esto se traduce en políticas que no logran conectar con sus beneficiarios, por incompreensión o subestimación de su modo de producción. El nivel de dificultad que implica aplicar a los concursos se valora como restrictivo para las experiencias de base, “que no tienen las herramientas del lenguaje audiovisual. En el caso de los voluntariados que pasan por la escuela, por ejemplo, sería imposible poder postular” (Leal, entrevista, 2018).

Como señala Esteban Cáceres, otro de los integrantes de Únetev, el FDT exige

poner una boleta de garantía. Además del fiel cumplimiento del proyecto, tenemos que avalarlo con un proyecto económico atrás de todo esto. En los comunitarios eso no existe, el espíritu de la ley habla de eso pero se pasa por alto porque no se conoce, entonces como no se conoce, no se espera que esto tenga buenos resultados. [...] Yo lo siento de esa manera, de que tú decís ¿sabes qué? Que esto es tan complejo que no es para los comunitarios y desisto. Pero hemos dado la lucha. (Cáceres, entrevista 2018)

Y sobre los fondos para la producción de contenidos, que se dirigen de manera indistinta a canales y productoras, destaca que

la experiencia televisiva comunitaria es distinta. Tu registro no está en función de la marcha del profesor, si no en función de la realidad que te toca registrar. Por lo tanto no es un guión diseñado, en términos de noticias, en término de experiencias, son los vecinos que hablan de sus propias experiencias y desarrollan sus propios programas a partir de la realidad. Por ejemplo el comercio callejero, las ferias libres, que acá en Chile tiene que ver con la actividad comercial de las localidades. Entonces ellos presentan, tú no vas a hacer un guión en función del precio de la palta, tú te *encontrai* con la problemática de ellos, que en realidad el agua está corriendo en la calle y reclaman a la autoridad... Entonces son lógicas distintas, por lo tanto yo creo que no hemos logrado encajar. (Cáceres, entrevista 2018)

Por su parte, Valenzuela afirma que la televisión comunitaria

efectivamente es insustentable desde una perspectiva de modelo de negocio de mercado, entonces no tiene que ver con un concepto de rentabilidad social, no está el concepto instalado. Es lógico, porque desde la derecha no estaba esta idea de la rentabilidad social. O sea el metro funciona, y se invierte porque hay demanda, pero si tú no tienes demanda, entonces la gente tiene que mamarse dos horas para allá y dos horas de vuelta y no van a invertir en infraestructura, ¿se entiende? (Valenzuela, entrevista 2018)

Para los impulsores de Únetev, uno de los hechos que favorecieron la inadecuación de las políticas de fomento a la realidad del sector fue la ausencia de una plataforma sólida de intervención que representara los intereses comunitarios durante el debate de la ley 20.750, o – agregamos- que lograra mayor incidencia de la Mesa de Ciudadanía y TV Digital durante la discusión parlamentaria. Sumado a esto, la percepción del sector como débil o sin capacidad de movilización para instalar el tema en la agenda pública, llamando la atención sobre la carencia de vínculos entre la asociación de canales comunitarios y la asociación de radios comunitarias, en el contexto de un demorado tratamiento de la ley. Todo esto lleva a la idea de la televisión alternativa, popular, comunitaria como un “negocio sin recursos”. Como sostiene Leal, “nuestra cultura institucional no estaba en función de rendir cuentas ni de dialogar con el Estado. Y tenemos que ser capaces de sentarnos con todos para generar la sustentabilidad del proyecto” (Leal, entrevista 2018).

Finalmente, también se valora el perfil sociocultural de las emisoras como otro de los elementos que pueden allanar el camino hacia el encuentro con las políticas públicas. Pero, aunque entre los componentes de la orgánica de cada canal haya uno o dos profesionales del área, la sucesión de trabas burocráticas, administrativas y técnicas a la hora de poner en marcha una emisora legalizada da cuenta de que

la experiencia comunitaria es otra cosa. Significa la democratización de las comunicaciones, que no pasa por sí y la escala del plano, si se tomar la cámara, sino que pasa por el ejercicio comunicacional de tener ese derecho.<sup>133</sup> ¿Cómo nosotros garantizamos que exista televisión comunitaria? Hoy día con lo que se nos ofrece no se está garantizando nada. ¿Cómo yo garantizo? Que en la comuna X un grupo de pobladores quiere hacer un canal de televisión, entonces que exista desde el punto de vista de la institucionalidad un fondo específico para acceder a fondos de contenido o equipamiento. (Valenzuela, entrevista 2018)

---

<sup>133</sup> “Los medios de comunicación comunitarios / alternativos / populares son organizaciones político comunicacionales que se forman para construir prácticas comunicativas contrahegemónicas. Es decir, organizaciones que se crean para ejercer un derecho humano, el derecho a la comunicación, desde la construcción de un modelo propio de producción y circulación discursiva, desde la reflexión y ejecución de nuevas lógicas que democratizan el acceso a la producción de contenidos con visiones y posturas propias, y puedan así generar diálogos con una comunidad distintos a los que producen los medios de comunicación de masas”. (Ortega, 2017: 8-9)

#### *5.5.4. TV8 Peñalolén: inserción barrial y televisión militante*

Peñalolén es una comuna ubicada en el oriente de la capital chilena. En la población Lo Hermida, uno de los históricos barrios populares que crecieron en los años 70 con procesos de tomas de tierras, funciona TV8, una emisora de perfil militante con fuerte inserción territorial y vínculos con organizaciones políticas, sociales y culturales. Cea Vargas (2015) sostiene que este canal, junto con Señal 3 La Victoria, ATV de población La Bandera y TV Quilicura de Parinacota, surge en el contexto de “comunidades en condiciones de precariedad o que se sienten marginadas por los medios de comunicación, mayoritariamente en Santiago desde una marginación de clase” (pag. 30). La emisora postuló en 2017 para una concesión local comunitaria, al igual que La Legua TV de San Joaquín y Señal 3, que obtuvo la licencia.

Carlos León, integrante de TV8, afirma que “ganó la mejor propuesta”, y sostiene que el acuerdo entre las emisoras integrantes de la Asociación de Audiovisualistas de Canales Comunitarios de Chile fue poner las señales remanentes de definición estándar (SD) a disposición de los canales de la red que no lograron obtener la concesión de una frecuencia con medios propios en la misma zona (León, TV8 Peñalolén, entrevista 2018). Esta decisión, no obstante, debe ser formalizada por el CNTV, ya que el remanente es informado con la presentación de la carpeta técnica del concurso (donde se declaran las señales secundarias), llamando a futuros postulantes a presentarse para operar esos canales digitales con medios de terceros –en este caso, la planta transmisora del canal de La Victoria-. De acuerdo a la ley 20.750, ese acarreo no puede ser discriminatorio y debe ofertarse por lo menos al momento de inicio de las transmisiones, 180 días después de la adjudicación.

En este marco, uno de los principales cuestionamientos que TV8 realiza en torno a los concursos, tiene que ver tanto con las condiciones exigidas como por la escasa cantidad de frecuencias que se pusieron a disposición de las postulaciones; en Santiago, pese a existir varios canales comunitarios operativos, sólo una salió a concurso: “¿Por qué están entregando una sola si la señal comunitaria abarca la cuarta parte de la región? Perfectamente podrían haber sido cuatro señales comunitarias para abarcar todas las comunas; por eso también te digo que nos sentimos un poco engañados” (León, entrevista 2018).

TV8 está al aire desde 2007, con ocho horas de programación de lunes a sábados. Tiene sus estudios y antena en la calle Altiplano 6587, en un galpón de la Junta de Vecinos número 18 de Lo Hermida que levantaron y arreglaron a través del trabajo comunitario, luego de un

primer período de transmisión desde una casa de la población.<sup>134</sup> Se financia con donaciones, aportes que llegaron desde Suecia y se destinaron a la compra de las primeras cámaras, ferias, fiestas y aportes voluntarios (Cortés, 2017: 30); así “juntamos los recursos necesarios para poder comprar el modulador y mandar a hacer el amplificador” (León, entrevista 2018).

Además, TV8 logró obtener un fondo “para hacer una animación dentro del canal” (Cortés, 2017: 30-31) y luego un fondo CNTV de interés comunitario con el cual adquirieron parte del equipamiento: una cámara full HD y la parrilla de luces, entre otros. La aplicación a estas línea de financiamiento significó un debate profundo acerca de la relación con el Estado. Además, establece relaciones con organizaciones políticas y sociales, y articula con el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, institución con la que montó una Escuela de Comunicación Popular.

Siempre hemos dicho que tenemos tres pilares en el canal: alternativo, comunitario y popular. Comunitario porque creemos que la comunidad tiene que hacerse cargo de este instrumento, que lo vemos como un instrumento donde se crean espacios, donde se pueden decir cosas, donde se pueden desarrollar también los pobladores o la comunidad, por eso somos comunitarios y tienen que haber gente de la comunidad trabajando al interior de este espacio. Alternativo porque entregamos justamente esa información, esa noticia, ese aviso, lo mismo que estamos dando en este momento cosas que no están dando en la televisión abierta o cable. Y popular porque también tenemos una propuesta política, no podemos no tener una propuesta política, y eso también nos permite decir que somos un canal comunitario alternativo y popular que es nuestra herramienta, es la trinchera desde la cual estamos combatiendo o haciendo un poco de resistencia a lo que hay hoy día. (León, entrevista 2018)

El canal se propone como articulador de perspectivas y organizaciones políticas. De acuerdo con Manuel Madariaga, otro de los integrantes de la emisora, las diferencias de opinión entre los y las militantes que participan de la experiencia se ponen a debate en un programa específico, *Coyuntura Nacional*, “que permite que cada uno que venga de una organización pueda plantear su idea” (Madariaga, entrevista 2018).

Somos todos del territorio, todos vivimos acá, a pasos, caminamos para llegar al canal, somos todos vecinos, todos tenemos una historia y a partir de esa historia construimos el instrumento. O sea, el instrumento es una consecuencia de una historia también, si tu

---

<sup>134</sup> “Antes de que nosotros llegáramos acá [en referencia a la Junta de Vecinos], estábamos transmitiendo en una casa, que armábamos y desarmábamos, si era un canal tipo lego, que subíamos la antena y bajábamos, todos los sábados, y ahí la manteníamos levantada el día sábado y la bajábamos el domingo y no podíamos tener nada de esto porque era un espacio comunitario, había otras organizaciones trabajando. Entonces teníamos que desarmar todo, lo metíamos todo en un casillero, todo el canal cabía en un casillero, así era, y unas mesas de juguete, sin computadores, me acuerdo que estábamos con VHS y unos DVD, ¿cachai o no?” (León, entrevista 2018)

ves la edad promedio de nosotros, somos ya mayores [...], pero ya tenemos una historia de haber estado en movimientos sociales, en los años 80 [...]. La incomunicación es un instrumento súper poderoso que tiene el sistema, por lo tanto nosotros volvemos a comunicar y volvemos a comunicarnos entre nosotros. El canal está abierto para que si alguien quiere venir y decir algo o pasar una noticia, o hay un bingo solidario, nosotros lo pasamos. [...] Eso es parte de la red que construye el canal. (Madariaga, entrevista 2018)

Son cerca de diez integrantes que se reparten las tareas de producción de contenidos, administración y técnica. La mayoría se formó en comunicación y televisión en la propia práctica, reforzando con talleres y cursos de formación organizados en la población. Madariaga, que se encarga del área técnica, es profesor de física y analista de sistemas, y sobre su responsabilidad recae el mantenimiento del hardware y la asimilación del software. Si bien no hay salarios o rentas, la elaboración del proyecto para postularse al concurso, a través de la persona jurídica Organización Comunitaria Comunicacional TV 8 Peñalolén, llevó a debatir la necesidad de construir las: “Si sale la concesión, al primero que van a *liberar* voy a ser yo. Y ahí empezar a liberar a los otros compañeros para que empiecen a sumar tareas tanto de producción, técnica y otras más, como la web” (León, entrevista 2018). Hasta ahora, las redes sociales y la carga de la página en Internet las desarrollan con el apoyo de estudiantes de la Universidad de Chile, que se acercan a la emisora para formarse y colaborar.



*Mural en la entrada de la Junta de Vecinos donde funciona TV8 Peñalolén.*

Con un perfil militante y una agenda de temas vinculados a las reivindicaciones territoriales, políticas, económicas, sociales, de debate político y de construcción de la memoria histórica, el canal se posiciona de manera crítica respecto de los concursos para la obtención de licencias –como señalamos más arriba-, y de la política pública que no contiene de manera precisa al sector. Los fondos FDT, por ejemplo, se destinan a concesionarios con planta de transmisión propia, por lo cual los canales que finalmente emitan en televisión digital a través de medios de terceros, por el momento, no cuentan con un fondo que les permita financiar la migración, adquiriendo el equipamiento necesario para llevar la señal hasta la emisora responsable de la multiplexación.

Si con suerte pagamos la luz, lo complejo es ¿cómo tú haces un plan económico que mantenga la línea editorial? Nos dieron palo tras palo, valla tras valla y muchos de los equipos de canales comunitarios fueron quedando en el camino porque eran muchos los papeles que te estaban pidiendo. Si incluso el mismo informe técnico, un informe técnico que vale \$ 3 millones, tuvimos que conseguirnos gratis, a la buena voluntad, al que le íbamos a comprar los equipos [...]. Entonces la cuestión es: ¿de dónde un canal comunitario iba a tener \$ 3 millones para pagarle a un técnico que te venga a medir el radio? Y más que ese técnico haga el estudio de acuerdo a un equipo determinado, con marca y modelo determinado, entonces te estaban diciendo que “tienen que hacer con una empresa que importe equipos de esta categoría”. (León, entrevista 2018).

Yo creo que hicieron una *pega* muy fina, porque en definitiva lo que hicieron fue decir “tenemos que democratizar, ya, democraticemos”, pero bajo estas condiciones, a lo Frank Sinatra, o sea unas condiciones “a mi manera”. Que me permita a mí más o menos tener el control y más o menos llevar un poco el orden de lo que vayan a hacer, lo que digan y hacen estos canales comunitarios. (León, entrevista 2018)

Finalmente, Madariaga sostiene que estas limitaciones económicas y administrativas (plan de sostenibilidad, contratación de personal), y las exigencias burocráticas derivadas del proceso de legalización pueden también analizarse desde un prisma político: “Cuatro canales en la región metropolitana, en cada punto de la región, cubriendo, genera una red de canales comunitarios que permitiría en algún momento hacer una *pela* a los canales establecidos, que sería una cobertura completa. Y eso es peligroso” (Madariaga, entrevista 2018).

### *5.5.5. El 3 de Conce: televisión comunitaria, cultural y social*

Concepción es la capital de la provincia homónima, ubicada en la región del Biobío, en el centro de Chile. Limita al Norte con la región de Ñuble, al Este con Argentina, al Sur con la región de La Araucanía y al oeste con el océano Pacífico. Es la tercera región más poblada del país, con más de 1 millón y medio de habitantes, y es una de las zonas más industrializadas. En el Barrio Norte funciona desde 2015 El 3 de Conce, un canal comunitario conformado por audiovisualistas, autodidactas, pobladores, trabajadores y organizaciones sociales (juntas de vecinos y centros culturales), que desde 2017 realiza emisiones experimentales en televisión digital en una comuna donde, más allá de las señales nacionales, aún no transmiten otras señales locales. Javier Romero Tapia, director de la emisora, explica que “en fase experimental contamos con tres técnicos de electrónica y telecomunicaciones diferentes; todos ellos supervisan que el sistema propio funcione y se perfeccione” (entrevista 2019).

La televisora se define como comunitaria y popular, y se reconoce en la intersección de los “modelos” que expresan Señal 3 La Victoria (“social-político y popular”) y Pichilemu TV (“cultural, comunitario y ciudadano”): “comunitario, social, político y cultural” (Romero Tapia, El 3 de Conce, entrevista 2019). De acuerdo con su presentación, el canal se propone “plantear soluciones a diversos problemas, visibilizar lo invisible por los grandes medios, rescatar la memoria para fortalecer identidad local y ser un espacio que construya democracia real y a favor del tejido social de la comunidad en general”.<sup>135</sup> Sus principales ejes de intervención (aquellos temas clave que movilizan a la emisora) son la participación vecinal, el cuidado al medioambiente, los derechos humanos, los movimientos sociales, Wallmapu (territorio mapuche). Según Romero Tapia, “nuestra sensibilidad se mezcla entre la izquierda y la necesidad de una ciudadanía realmente empoderada, y pese a haber diferencias entre posturas, se busca aunar fuerzas en pro de la transformación social” (entrevista 2019). Se reconocen como “comunicadores populares” y definen el periodismo que se ejerce como un “periodismo popular con lenguaje sencillo (coloquial y culto informal), pensado para la gente y no en contra ella”.

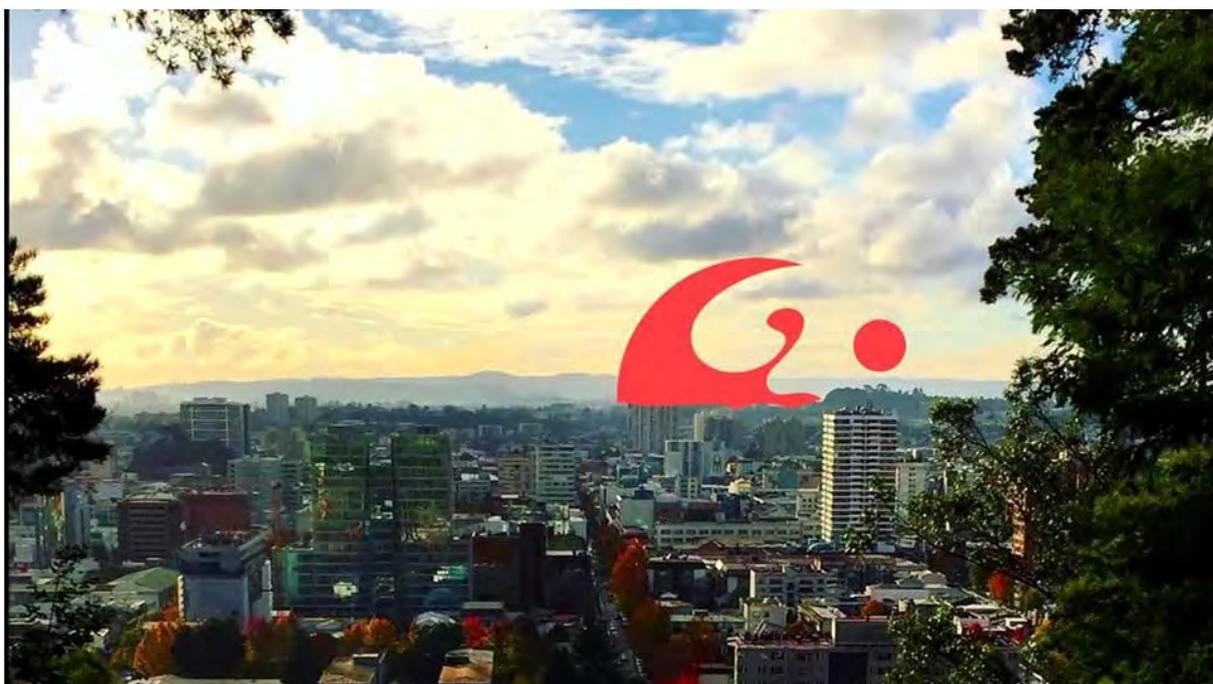
En 2015 El 3 de Conce impulsó una Escuela de Comunicación Comunitaria, con el apoyo de las emisoras de La Victoria y Pichilemu. Hoy integran el canal 15 personas, entre ellas, algunas con formación audiovisual y periodística y otras que son vecinos y vecinas de la población. La emisora se organiza a través de una asociación audiovisual, integrada por una comisión directiva conformada por presidente, secretario y tesorera, quienes junto los socios y

---

<sup>135</sup> <https://www.facebook.com/el3deconce/>

socias activos y honorarios mantienen “una relación horizontal” y ninguno/a cobra un salario o renta; al contrario, cada socio/a colabora con el proyecto con un aporte mensual. De acuerdo con Romero Tapia (entrevista 2019), “funcionamos en asamblea. Tomamos decisiones vía asambleas periódicas y en forma constante vía Whatsapp. Las propuestas de uno o más integrantes son planteadas al grupo, y de ser aprobadas por mayoría, se acatan”.

Puestos a proyectar una televisión “100 por ciento digital”, quienes integran el canal lograron importar de China equipos de transmisión de bajo costo para su investigación y experimentación, ya que “comprar directo a la capital Santiago se hacía muy costoso y difícil de encontrar variedad”. Actualmente cuentan con un modulador HDTV Full Seg, un amplificador de elaboración propia en baja potencia, antena, dipolo y cable coaxial, aunque todavía no salen en digital. El equipo de transmisión es de propiedad colectiva y se adquirió en forma autogestionada gracias a los aportes de vecinos y vecinas. En relación al registro, utilizan handycam, celulares y cámaras réflex. Como la mayoría de los canales utilizaron el software V-Mix como automatizador de video, aunque “dada la fase experimental, lo hemos dejado de usar”.



*Flyer del canal El 3 de Conce*

Los recursos económicos, la poca oferta de las empresas y escasa dotación de técnicos e ingenieros ad-hoc son los principales obstáculos señalados por Romero Tapia para la apropiación de la tecnología y el armado de la línea de control y transmisión, sumados a la falta de conocimiento por parte de las audiencias acerca de esta tecnología. Ya referimos, al principio

de este capítulo, al informe del CNTV que registra un nivel de desconocimiento de la televisión digital del 64 por ciento de la población (CNTV, 2018b). Por eso, a la hora de pensar sobre las condiciones de posibilidad frente a los procesos de digitalización, destaca la importancia de “garantizar que la comunicación se democratice y siga siendo una alternativa gratuita y participativa para la tele. Por ello, la alfabetización digital desde abajo y la apropiación de la gente por la televisión digital ayuda a la transición ser exitosa” (Romero Tapia, entrevista 2019).

No obstante, la televisora es crítica del proceso de legalización implementado a partir de la sanción de la ley 20.750. En opinión de su director, los funcionarios tienen una concepción errada acerca de qué es la televisión comunitaria:

Creen que es un medio mercantil más, cuando su fin es otro, como el social político. [...] Se promete mayor inclusión como actores en la televisión abierta, pero sus acciones zigzaguean entre el real objetivo y meter al mismo saco con los comerciales. [...] Además, el costo para lograr la legalización sólo permitió que un 8 por ciento de los actuales canales comunitarios en Chile accedieran a una concesión. Entregaron cuatro [para prestadores comunitarios], pero son irregulares en cuanto a criterios y plazos para su puesta al aire. (Romero Tapia, entrevista 2019)

El 3 de Conce emite en condiciones precarias, a la espera de la apertura de nuevas frecuencias con medios propios o de terceros que les permitan postular. En la misma situación se encuentran TV8 de Peñalolén, Abajo e' la Línea de Temuco y un nuevo proyecto en Ercilla. En 2017, cuando las primeras concesiones para comunitarios se abrieron a concurso, el canal 3 no poseía aún personería jurídica. Esto llevó a sus impulsores a trabajar un acuerdo con una radio comunitaria de trayectoria en la zona, la Lorenzo Arenas (vinculada a AMARC e integrante de ANARCICH) de modo de aplicar a una concesión para Concepción e Intercomuna, en la región de BioBío. Sin embargo aquel acuerdo resultó conflictivo, y “El 3 de Conce se desligó del proceso”. El acta del CNTV del 23 de enero de 2018 da cuenta de la situación al declarar desierto el concurso:

Por ingreso CNTV N°174, de fecha 22 de enero de 2018, don Javier Ignacio Romero Tapia, Director del Canal El 3 de Conce, 8 presenta una reclamación que como canal comunitario le afecta y que en detalle cuestiona a la peticionaria Centro Cultural y de Comunicaciones Radiofónicas Lorenzo Arenas. [...] Se efectuó el correspondiente análisis de la carpeta de contenidos, la cual dice relación, principalmente, con el actual funcionamiento del postulante como concesionaria de radio, sin haber existido una real subsanación de los contenidos originalmente presentados. El Consejo Nacional de Televisión, en sesión de hoy, por la unanimidad de los señores Consejeros presentes,

compuesta por su Presidente Oscar Reyes Peña y los Consejeros Andrés Egaña Respaldiza, Genaro Arriagada Herrera, Roberto Guerrero Valenzuela, María Elena Hermosilla Pacheco, Esperanza Silva Soura, Marigen Hornkohl Venegas y Mabel Iturrieta Bascuñán, acordó declarar desierto el presente Concurso para la adjudicación de una concesión de radiodifusión televisiva de libre recepción, de tecnología digital, banda UHF, Canal 48, categoría Local de Carácter Comunitario, para la localidad de Concepción e Intercomuna, Región del Biobío. (Acta CNTV 23 de enero 2018)<sup>136</sup>

La radio logró postularse poco después por segunda vez, con una nueva carpeta de contenidos. Finalmente, el 16 de abril de 2018 el Centro Cultural y de Comunicación Radiofónica Lorenzo Arenas obtuvo la adjudicación para operar una concesión local comunitaria por 20 años, plazo que estipula la ley.<sup>137</sup> Como todos los medios que lograron la concesión, la Lorenzo Arenas declaró el uso de espectro: en su caso, una señal principal HD con tasa de transmisión de 9,5 Mbps (propia) y dos SD remanentes con tasa de transmisión de 4 Mbps cada una, además del One-seg de 400 kbps, que serán puestas a disposición para su utilización por parte de terceros mediante una oferta de facilidades no discriminatoria, que deberá estar publicada a más tardar al momento del inicio de sus servicios, 180 días después del acto de adjudicación.

#### *5.5.6. Challa TV: una tribuna audiovisual*

Arica es la “puerta norte” de Chile, por su cercanía con la frontera peruana. Es la capital de la región de Arica y Parinacota, que limita al Norte con Perú, al Este con Bolivia, al Sur con la región de Tarapacá y al Oeste con el océano Pacífico. En la Población San José, en Livilcar 2027, la Red de Trabajadores/as Audiovisualistas Comunitarios construye en una sede vecinal los estudios y planta transmisora de Challa TV, la televisora comunitaria que ganó una concesión en el canal digital 47 y se prepara para emitir en televisión digital terrestre durante el próximo mes de septiembre de 2019, con una torre de 20 metros y un transmisor de 100 watts que –estiman- llegará a cubrir el 70 por ciento de la población de esa ciudad.

Desde el punto de vista de la dimensión política, institucional y social, la emisora se define como “un canal independiente que busca dar voz a las organizaciones contra el sistema neoliberal y poblaciones marginales de Arica”. Reconoce a la Señal 3 La Victoria y a Pichilemu

---

<sup>136</sup> Ver [https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180205/asocfile/20180205175541/acta\\_cntv\\_23\\_enero\\_2018.pdf](https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180205/asocfile/20180205175541/acta_cntv_23_enero_2018.pdf)

<sup>137</sup> [https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180424/asocfile/20180424165704/acta\\_cntv\\_16\\_abril\\_2018.pdf](https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180424/asocfile/20180424165704/acta_cntv_16_abril_2018.pdf)

TV como organizaciones mentoras y modelos inspiradores<sup>138</sup> desde nació “el sueño de TV en señal abierta”, según explica José Miguel Garrido, presidente de la Red (entrevista 2019). “Lo que nos diferencia [de los medios tradicionales] es el punto de vista y la independencia por sobre todas las cosas, construir televisión con la comunidad”. Los objetivos planteados alrededor de la digitalización son “llegar con nuestra señal al 30 por ciento más pobre de nuestra ciudad, la cual hoy en día se informa a diario desde los medios de derecha establecidos, y repiten los discursos de estos medios. Queremos informar desde otro punto de vista la existencia dentro de este sistema” (Garrido, entrevista 2019).

La única forma de existir posible para nosotros es la construcción de redes, tanto con la asociación nacional de tv comunitarias de Chile, de la cual somos parte, así como internacionalmente con otros hermanos, ojalá de Bolivia, Perú y Argentina que son nuestros vecinos. Como así también dentro de nuestra ciudad, construir asociación con organizaciones afines a nuestro pensamiento de izquierda que ya tengan trabajo político desarrollado y les falte tribuna audiovisual. Así también como que dentro de estas dinámicas confluyan organizaciones comunitarias locales con audiovisualistas que quieran trabajar en nuestras comunidades. (Garrido, entrevista 2019)



*Flyer Challa TV*

Challa TV es el primer canal de televisión comunitario de Arica, fundado en 2012 a partir de la unión entre colectivos dedicados al audiovisual y organizaciones sociales de la zona, con el objetivo de “promover un enfoque de participación-acción comunitaria en torno a una nueva manera de entender y hacer televisión, donde se promueve la experiencia de ser protagonistas, creadores, programadores, relevando así su clásico rol pasivo como meros espectadores”.<sup>139</sup> Integrada por una amalgama de profesionales de ciencias sociales, artistas, pobladores/as y trabajadores/as del medio audiovisual, la emisora –como todos los casos

<sup>138</sup> De hecho, el nombre Challa TV surge en el marco de un taller intensivo realizado en 2012 con estas emisoras.

<sup>139</sup> <https://challatv.cl/quienes-somos/>

relevados en el país andino- impulsa una escuela de formación permanente en comunicación, periodismo, cine y televisión abierta a la comunidad. Además, integra un colectivo documental que realiza talleres y exhibiciones en diferentes comunidades.

A nivel nacional, Challa TV pertenece a la Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile (en 2016 se realizó en su sede uno de los encuentros anuales de las televisoras); en tanto que a nivel local sus integrantes militan en distintas organizaciones sociales, políticas o culturales. Son unas diez personas activas, que se reúnen en asambleas y se organizan por células de trabajo para realizar coberturas o proyectos. La Red que gestiona el canal tiene una comisión directiva que administra legalmente la asociación, pero los roles “son solo funcionales”. En la práctica lo que prevalece son las especializaciones, la socialización de los saberes y el apoyo “a los que sepan hacer menos”.

En 2016 el proyecto obtuvo un primer financiamiento estatal a través de fondos públicos, que fue sumando aportes a través de concursos abiertos por

diversos organismos del Estado: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Consejo Nacional de Televisión a través del Programa de Intermediación Cultural, Gobierno Regional de Arica y Parinacota a través del financiamiento otorgado por los Fondos de Desarrollo Regional 6% Cultura, Ministerio Secretaría General de Gobierno a través del Fondo de Medios de Comunicación Social y Fondo de Fortalecimiento, entre otros, además del trabajo generoso que desarrollan continuamente activistas, voluntarios, comunidades, organizaciones comunitarias de base y organizaciones políticas y sociales, basados en un fuerte pilar de autogestión, autonomía, compromiso, solidaridad y cooperación.<sup>140</sup>

La cuestión del financiamiento estatal se entiende como un derecho, de acuerdo con Garrido, “pero queremos seguir siendo independientes. [...] No necesitamos de grandes financiamientos, pero sí los básicos”. Entre ellos, los gastos de funcionamiento de la estructura y el abono de rentas por proyecto adjudicado: “Es un trabajo un poco precario y poco permanente, depende mucho de la creatividad y del dominio del lenguaje de proyectos” (Garrido, entrevista 2019). Luego de lograr la concesión local de carácter comunitario, Challa TV obtuvo un fondo FDT para adquirir el equipamiento necesario para la transmisión digital:

Queremos que nos entregue financiamiento directo porque creemos que es un derecho de nuestras comunidades el comunicar. Queremos realizar expresiones culturales audiovisuales distintas al medio hegemónico y pensamos que el Estado debe garantizar ese derecho. Aún no entendemos todo el marco regulatorio, nos afectan algunas cosas, como la presión que hizo el conglomerado de las televisoras empresariales, llamado

---

<sup>140</sup> <https://challatv.cl/quienes-somos/>

ANATEL, donde hicieron lobby para que nosotros no podamos cobrar por publicidad. Entonces nos deja sin posibilidad de ningún tipo de ingresos más que por proyectos concursables del Estado. (Garrido, entrevista 2019)<sup>141</sup>

Además del financiamiento a través de proyectos (en la línea de Pichilemu TV, esta emisora ha logrado hacerse “un poco más fuerte en esa área [...], lo que por adaptación nos ha llevado a mejorar en las postulaciones”), desarrolla un perfil de autogestión económica a través de eventos, platos únicos y tercerización de video. Garrido sostiene que “estamos pensando en las siguientes asambleas cómo mejorar este aspecto, ya que se nos vienen gastos complicados que aún no tenemos cómo solventar” (entrevista 2019).

En este sentido, el balance del proceso de legalización es claroscuro: se cuestiona el modo de financiamiento centralmente a través de subvenciones y fomento estatal, y se reclama al Estado un apoyo financiero directo a través de la publicidad oficial en tanto garantía de la pluralidad de voces y de actores –conteniendo la especificidad del sector comunitario; al mismo tiempo, se valoran las redes propias, se las jerarquiza y reconoce como uno de los aspectos clave en el marco del proceso de digitalización. El acuerdo y el aporte entre iguales a través de la participación en la Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios, finalmente, aparece como central debido su rol difusor y de apoyo en la gestión,

ya que es información que es compleja de obtener acá en Chile. Para legalizar nos piden papeles que no entendemos por qué nos piden, como acreditar que recibiremos tal o cual dinero durante los siguientes años, siendo que somos sin fines de lucro. [...] Aún no entendemos toda la complejidad de la ley y ya tenemos que poner en marcha el asunto, nunca nos han dado mayor información de parte del CNTV ni nada gubernamental. Pero la autogestión y lo autodidacta nos ha llevado hasta aquí, así que seguiremos en ese camino. (Garrido, entrevista 2019)

---

<sup>141</sup> Cabe destacar que ni la ley 20.750 ni los decretos que la reglamentan establecen prohibiciones a los comunitarios para tomar publicidad. Esta lectura, que surge en algunas de las entrevistas, se confunde con la ley de Radios de Mínima Cobertura, que la prohibía de manera manifiesta, y con la ley 20.433 de 2010, que crea los Servicios de Radiodifusión Comunitaria y Ciudadana y permite sólo “menciones comerciales”.

## *5.6. Condiciones y estrategias para la migración digital de la TV alternativa, popular y comunitaria en Chile*

Las condiciones sobre las cuales los canales comunitarios chilenos encaran la transición a la televisión digital terrestre construyen un escenario poco amable para la migración de este sector. De un lado, un sistema televisivo concentrado por integración vertical, entre diversos medios, en distintos sectores de la economía y por integración internacional o holding de medios con presencia transnacional, como sostiene un informe del CNTV (2015). Del otro, una quincena de canales alternativos, populares o comunitarios que emiten en condiciones de precariedad legal, de los cuales cinco lograron concesiones en televisión digital y ninguno la tiene en analógica. La desigualdad no puede ser más evidente.

Mientras que los primeros cuatro grandes canales de televisión abierta concentran el 88 por ciento de la cuota de audiencia y el mismo porcentaje de la inversión publicitaria (Grupo Mega, TVN, Grupo Canal 13 y Grupo Time Warner), las emisoras comunitarias se abren camino en el sistema de medios desde una posición desventajosa, con la suma de aportes voluntarios y adaptando su funcionamiento para aplicar a fondos de fomento cuyo grado de complejidad y escasa especificidad es denunciada por todas las personas entrevistadas para esta investigación. Por eso, las estrategias desarrolladas por el sector son claves para que ese recorrido pueda superar los obstáculos que sufren aquellos medios que funcionan en la periferia del sistema, batallando contra las barreras de entrada que incluso sintetizó la Relatoría para la Libertad de Expresión de la CIDH en sus recomendaciones para que la transición a digital sea abierta, diversa, plural e inclusiva (RELE, 2015).

Chiara Sáez Baeza sostiene que

el problema de la concentración mediática que se constata en Chile (Sunkel y Geoffroy, 2001; Monckeberg, 2009) no puede ser visto como desvinculado de las políticas de comunicación implementadas durante los últimos 23 años, que se han caracterizado por la falta de respaldo e impulso a las radios y televisiones comunitarias, en un contexto más amplio de políticas que han fortalecido de manera casi exclusiva (salvo el caso de TVN) al sector comercial. (Sáez Baeza, 2013: 41)

Estas políticas públicas de comunicación neoliberales, impulsadas desde la transición democrática por los gobiernos de la Concertación, invisibilizaron la existencia de los medios alternativos, dificultaron su desarrollo y despliegue como actores relevantes en el sistema de medios, condenándolos a la precariedad tecnológica y legal debido a la saturación del espectro de VHF y a la suspensión de la apertura de concesiones en UHF por parte de la SUBTEL en el

año 2000, con la excusa de la futura digitalización (Sáez Baeza, 2013: 42). No obstante, la ley 20.750 de 2014, que modificó la ley 18.838 de 1989 con el objetivo de introducir la televisión digital terrestre en el país, reconoció con limitaciones a este actor: su propia formulación y la profundización de la concentración –sumado a la extranjerización de la propiedad de los medios y las telecomunicaciones- establecen los límites de esta norma. Si de un lado el reconocimiento de los prestadores locales de carácter comunitario significa un avance, el hecho de que las propuestas de los sectores de la sociedad civil y de los medios comunitarios en la Mesa de Ciudadanía y TV Digital no hayan sido contempladas en la formulación final, habla del lugar secundario asignado a este tipo de comunicación dentro del sistema de medios chileno, muy lejos de la idea de “contrapeso” que puede leerse en las recomendaciones y estándares internacionales sobre la materia.

Según Juan Ortega, investigador e integrante de la ONG Eco Comunicaciones,

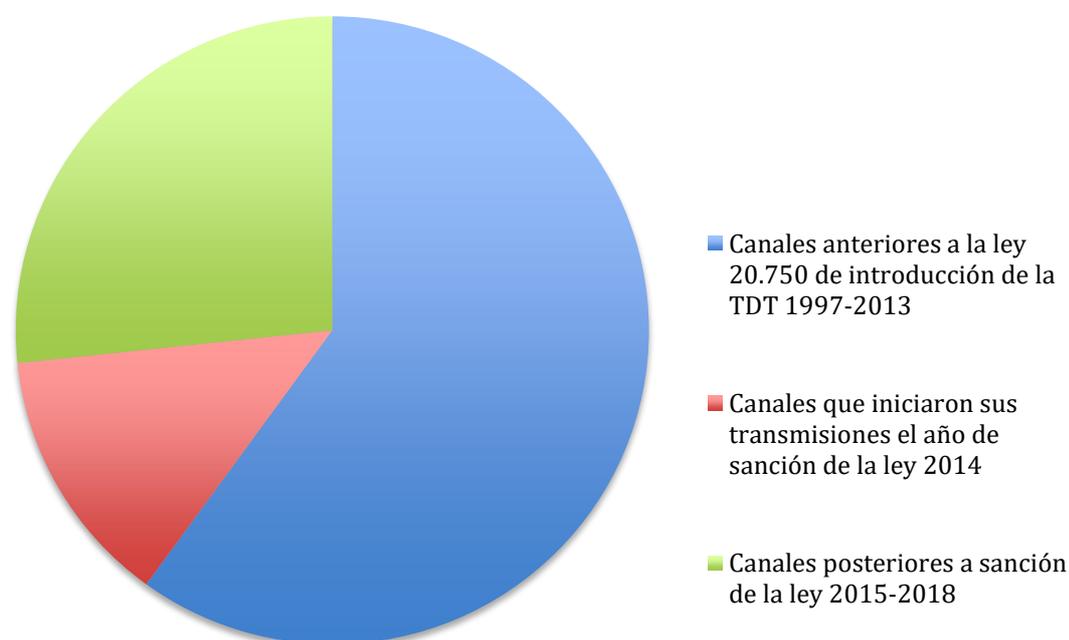
no hubo una discusión fina sobre las categorías que habría en la televisión digital, especialmente sobre lo que se entendía por televisión regional, televisión local, por televisión comunitaria y televisión de pueblos originarios. Entonces aún cuando la ley recogía el resguardo de espectros, aun cuando la ley prometía mayor diversidad de actores, incluso, una segunda señal para la televisión nacional, ya a varios años de la implementación ninguna promesa se ha cumplido. Yo creo que nos ha penado mucho no haber tomado o no haber podido traspasar a los actores que hoy han estado debatiendo con el Estado el aprendizaje de las radios comunitarias; en ese caso se legisló parcialmente en 1994, con una ley muy mala, después en 2010 se hizo otra ley que no termina de definir lo comunitario y ahí hay un problema semántico cultural que es profundo, porque al no definirse lo comunitario, no se define quiénes son sus actores privilegiados. (Ortega, entrevista 2018).

No obstante el planteo y las dificultades que éste proyecta, la televisión comunitaria se ha venido desarrollando de manera sostenida desde 1997, poniendo en marcha estrategias colectivas –que enseguida analizaremos- para encarar la legalización y la migración hacia la tecnología digital, partiendo de posiciones de precariedad tecnológica e infraestructural, y de procesos de gestión artesanales en un contexto de valorización de los aspectos técnicos por sobre los aportes socioculturales de los proyectos (Sáez Baeza, 2013: 41).

Como se observa en el Cuadro 3, el 60 por ciento de los canales relevados que emiten en abierto (9 de 15) iniciaron sus transmisiones entre 17 y 2 años antes de la sanción de la ley que introduce la TDT; de ellos, dos nacieron durante el período de debate parlamentario. El 13

por ciento surgió en torno a la aprobación de la norma, en 2014, en tanto que los canales posteriores a este hito representan el 27 por ciento, de los cuales la mitad se desarrolla a partir de la apertura de los primeros concursos. Entre los canales previos a la sanción se encuentran las dos emisoras que, de acuerdo con el testimonio de sus colegas, encabezan el fenómeno en Chile: Señal 3 La Victoria y Pichilemu TV. También son las que más años tienen al aire y las responsables del impulso de las escuelas de televisión comunitaria que está en la base de muchos de los proyectos.

FIGURA 8. Distribución temporal de la TV comunitaria en Chile



*Fuente: Cea Vargas (2015) e información propia. Se toman sólo los canales en abierto y se dejan de lado canales de cable o canales web.*

Esta persistencia temporal, hecha de los hitos que marcan la historia para el sector, es también una de las condiciones sobre las cuales el fenómeno se desarrolla: como vemos, muchas de las emisoras son anteriores a la ley y han logrado sostenerse en el tiempo sin títulos y mayormente sin acceso a políticas de fomento. Aún desde esa posición de poder desventajosa y desigual respecto de las grandes empresas de medios, la práctica de estos colectivos, sus estrategias y alianzas para lograr el reconocimiento como actor por parte del Estado,

contribuyeron a ampliar las condiciones políticas, sociales y de mercado existentes en las que se insertaron (Segura, 2018: 110), y les otorgaron un lugar en la periferia del mapa.

Además, el hecho de que el ritmo de penetración de la televisión de pago (cable y satelital) en los hogares fuera más lento que en otros países de la región (de acuerdo con Business Bureau, 2018, recién llega al 63 por ciento en la actualidad, contra el 78 por ciento registrado en Argentina), hizo que se “extendiera el plazo” de las prácticas de consumo de la televisión abierta analógica, brindando mayores posibilidades a las emisoras para encontrarse con sus audiencias. Esto explica, en parte, la longevidad de algunas de las experiencias en comparación con sus pares argentinas, ya que durante más tiempo estuvieron disponibles en la grilla de canales analógicos, que es más chica de la que ofrece el cable (nos detenemos sobre este punto en el próximo capítulo).

El debate parlamentario se transitó, por lo tanto, con la presencia y la intervención activa de las televisoras comunitarias como actores específicos, presentes como una realidad de años y no como un proyecto futuro, o como una promesa de democratización a construir más adelante. Si bien es cierto, como ya se señaló, que la participación de las emisoras apenas fue tomada en cuenta en el resultado final de la normativa, las propuestas de la Mesa de Ciudadanía y TV Digital permitieron a sus impulsores (y a otras organizaciones culturales y educativas), conectar con senadores y diputados, poniendo frente a sus ojos la existencia de un sector que, pese a ser subestimado e invisibilizado dentro del sistema de medios, la historia de la comunicación y las teorías del periodismo, tiene como acumulado una importante inserción territorial y comunitaria, que explica en buena parte su sostenibilidad.

En la inserción de las emisoras hay una “validación” de las experiencias de televisión comunitaria, como sostiene Giovanni Morales, director de contenidos de Pichilemu TV:

Nosotros logramos hacer hartos vínculos. Lo comunitario es una cosa que si no *tenís* redes, es como la gestión cultural, tú *podís* armar un espectáculo, sin ningún peso, en lo comunitario es lo mismo. La validación de la televisión comunitaria aquí te la da la ciudadanía. [...] Si no tenemos ese aporte, ese reconocimiento de la comunidad, por mucho que nosotros tengamos esta ideología en la cabeza no estamos haciendo lo que nosotros pensábamos que estábamos haciendo. (Morales, entrevista 2018)

Estas redes o vínculos con la comunidad se relacionan con las demandas sociales y con los medios como vehículos de expresión de esas demandas: el derecho a la información no compete sólo a las emisoras, sino también aquellas personas y grupos que buscan hacer oír sus

voces (Loreti, 2005: 29). En este sentido, de las entrevistas y la visita a las sedes de las emisoras se concluye que si hay un elemento que caracteriza a la televisión alternativa en Chile, aun conteniendo los diferentes modelos, perfiles, objetivos y modos de gestión y de funcionamiento que cada experiencia expresa, es que todas parten de una misma exigencia, de una misma necesidad de visibilización (de clase como en el caso de Señal 3 o TV8 Peñalolén, o de expresiones locales y regionales, como en el caso de Únetev, Pichilemu TV o El 3 de Conce), y que están profundamente insertas en sus territorios.<sup>142</sup>

Los casos seleccionados pueden organizarse en dos modelos generales, aunque no son contrapuestos y ambos remiten a las formas en que la comunicación alternativa se ha ido conceptualizando a lo largo de los años en América Latina. Uno conecta con una tradición histórica de uso de los medios por parte de las clases y grupos populares en Chile, y concretamente de sus organizaciones políticas y sociales en el contexto del avance del gobierno de la Unidad Popular de Salvador Allende, primero, y luego de resistencia contra la dictadura militar de Augusto Pinochet. Esa tradición se expresa de manera clara en la emisora más antigua del país andino, producto de una población que fue baluarte de esa lucha: Señal 3 La Victoria. Este canal plantea un modelo de sostenibilidad relacionado con su rol de intervención y articulación política, y con una conceptualización de la televisora como herramienta en el marco de un proyecto mayor de transformación estructural de la sociedad: “La televisión embobece, nosotros concientizamos”, sostiene su referente Luis “Polo” Lillo.

En este modelo podemos ubicar a TV8 de Peñalolén, que abre su pantalla como foro para las diferentes trayectorias militantes de sus integrantes y de los vecinos y vecinas que se acercan a participar del proyecto. Tanto en Señal 3 como en TV8, el promedio de edad de quienes participan es alto, son generaciones que vienen de la resistencia de los 80 y que encuentran en la comunicación un nuevo espacio de intervención y construcción política y territorial. Este perfil militante, de inserción barrial, se advierte también en Challa TV, con generaciones más jóvenes que utilizan el audiovisual en el marco de la participación política

---

<sup>142</sup> “La gran mayoría de las experiencias nacen de comunidades en condiciones de precariedad o que se sienten marginadas por los medios de comunicación. Mayoritariamente en Santiago desde una marginación de clase (Señal 3 de la Victoria, ATV de la población La Bandera, Parinacota TV Quilicura de la población Parinacota, TV8 de Lo Hermida), y en regiones desde una mirada que no se siente representada por los medios nacionales, que suelen ser centralistas informando en mayo medida lo que ocurre en la región metropolitana que en el resto de las regiones (Pichilemu TV, El 3 de Conce, Tv Queilen). Por otro lado también existe un sentimiento de marginación de etnia de parte de las iniciativas de Parinacota TV de Putre, señal dirigida al Pueblo Aymara y Mapuche TV3, señal dirigida al pueblo Mapuche. Temas que van directamente relacionados con las discusiones que se tuvieron en el congreso sobre la Ley de TDT, en relación a la pluralidad y una mejor representación de los pueblos en organismos como el Consejo Nacional de Televisión”. (Cea Vargas: 2015: 30-31)

contra las políticas neoliberales, y en algunas de las emisoras que componen el nuevo proyecto de Únetev como Oveja TV y Tala TV.

El otro modelo –insistimos, no contradictorio y por momentos de límites difusos-, lo expresa muy bien la emisora de Pichilemu, cuyo perfil cultural comunitario centrado en el esfuerzo de planificación y gestión de la comunicación, le ha permitido profesionalizar el funcionamiento del canal. No sólo en tanto televisora, sino también como actora político cultural en su comunidad, con la organización de los festivales de cine y la apuesta permanente por la difusión del patrimonio local y la democratización de la cultura. Este modelo contiene también, como horizonte, los esfuerzos de Únetev (la preocupación por sistematizar los procesos de gestión para el acceso a fondos públicos dominó buena parte de la entrevista, y es visible en los modos de representación del proyecto a través de su página web y redes sociales), de Challa TV y de El 3 de Conce, que se presenta a sí mismo en el intermedio de los modelos que Señal 3 y Pichilemu expresan.

Lo interesante es que ambas emisoras lograron conectar en esas diferencias y articular de una manera muy productiva sus perfiles, para provecho del conjunto del sector, con la Red de Televisoras Populares y Comunitarias primero, y con la Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile después. Señal 3 aportó una práctica militante incansable en demanda de las reivindicaciones históricas de legalidad de la televisión alternativa en Chile, un acumulado político logrado en años de animación y activismo cultural en torno a la comunicación; una práctica construida desde la base de su comunidad, con capacidad de movilización y de interpelación a los funcionarios y a la clase política. Esto permitió negociar para el conjunto facilidades para atravesar de la mejor manera posible la transición digital.

Pichilemu TV sumó su experticia para la elaboración de proyectos, muchas veces alejados de las especificidades de las emisoras pero con zonas adaptables a sus realidades; la práctica del diagnóstico, la planificación y la gestión de la comunicación en el entorno comunitario, y el vínculo con instituciones culturales y organizaciones de la sociedad civil. Una lectura de la ley y de los fondos públicos de financiamiento, y un manejo del lenguaje audiovisual en el marco de una línea de rescate del patrimonio cultural de su región, que proyectó a esta televisora más allá de su zona de cobertura. Estos dos perfiles, sumados, permitieron a las emisoras comunitarias avanzar en un terreno desnivelado, sorteando los primeros obstáculos para hacer de la televisión digital terrestre una oportunidad para su prometido crecimiento como actor dentro del mapa de medios de su país.

La construcción de este espacio de interlocución y demanda gremial de la televisión alternativa, con encuentros anuales para el debate acerca de las necesidades y los pasos a seguir,

favoreció el tendido de puentes con el CNTV, la SUBTEL y otros organismos estatales, en una relación conflictiva por momentos pero también de avance sobre las reivindicaciones del sector. En este marco hay que leer el acercamiento al fenómeno por parte del CNTV durante la gestión de Oscar Reyes, en el mandato de Michelle Bachelet. Esto puede verse tanto desde el impulso de un catastro para conocer el sector en 2015 como a partir de la visita al terreno, de manera de escuchar las demandas de los colectivos involucrados, poniéndole rostro a la televisión local de carácter comunitario, de acuerdo a la categoría que utiliza la ley de introducción de la TV digital.<sup>143</sup>

Este acercamiento puede obedecer tanto a la convicción como al cálculo político, pero sobre todo al surgimiento de un actor colectivo con relativa capacidad de interpelación, dentro de los límites establecidos por un marco regulatorio que comprende al comunitario dentro de la cobertura únicamente local y cuya reserva de espectro se manifiesta como débil o pobre<sup>144</sup> en términos comparativos con otras legislaciones, por ejemplo la Argentina, que le reserva un 33 por ciento a este sector –aunque su aplicación haya sido, también, bastante pobre. Lo cierto es que en la relación desigual con el Estado, la televisión comunitaria se encuentra incómoda ante las exigencias de legalización; de hecho, las trabas burocráticas y los requisitos muchas veces incomprensibles para las emisoras o que no se ajustan a su modo de producción terminan funcionando como barreras de entrada del sector al sistema de medios.

Lo mismo sucede con los fondos de financiamiento, que no son claramente dirigidos a canales de televisión comunitarios (los fondos de cultura, por ejemplo), o que confunden canales y productoras, en perjuicio de los primeros (fondo CNTV de interés comunitario). O, finalmente, que establecen unos requisitos para la postulación alejados de la realidad y de las

---

<sup>143</sup> En una nota de prensa publicada por el organismo, se destaca a Señal 3 La Victoria como un canal comunitario “histórico” de la Región Metropolitana: “‘Hemos insistido en el factor histórico que supone entregar estas concesiones, y del arduo proceso que significó para el CNTV, pero también para los audiovisualistas comunitarios crear las condiciones para que fuesen parte de la nueva TV Digital. De las 4 primeras frecuencias comunitarias que otorgamos, hoy celebramos la perseverancia de un proyecto surgido en 1997, por la necesidad de crear espacios para los pobladores y las organizaciones que desean expresar sus necesidades e intereses; espacios que en los canales tradicionales no se les otorgan; lo que desde ya significa una mayor diversidad de contenidos, un mayor pluralismo; y al mismo tiempo, una fuerte vinculación con la comunidad que los acoge y a la que dirigen su trabajo’, recalcó el presidente del CNTV en la ceremonia realizada esta tarde en la comuna Pedro Aguirre Cerda. ‘En 2015 iniciamos un trabajo conjunto con la Señal 3 La Victoria, y he estado aquí con Polo y su equipo: sé del talento y el compromiso que han puesto para llegar donde están hoy, abarcando más de 9 kilómetros, es decir, alrededor de 350.000 hogares y unos 800.000 vecinos y vecinas de Pedro Aguirre Cerda y comunas aledañas de la ciudad de Santiago’, señaló Oscar Reyes”. En <https://www.cntv.cl/presidente-cntv-entrega-concesion-de-tv-digital-a-historico-canal/cntv/2018-03-08/130729.html>

<sup>144</sup> Como señalamos a lo largo del capítulo, la reserva se establece tras la asignación de las concesiones a las emisoras que vienen transmitiendo en analógico.

posibilidades de los comunitarios, como el reciente fondo de la SUBTEL para financiar los sistemas de transmisión digital que exigen boletas de garantía para avalar la “seriedad de la propuesta” y la ejecución de los proyectos, que están al borde de las capacidades de las emisoras. Para Ortega, “la mirada habitual es observar y analizar a los medios de comunicación comunitarios en función de la comparación con los medios de comunicación comerciales. ¿Qué calidad técnica tienen? ¿A qué audiencia logran llegar? ¿Son sostenibles económicamente?” (Ortega, 2017: 8).

En este sentido, el principal problema o barrera de entrada para el ingreso pleno de las televisoras del sector social comunitario al sistema de medios es –de acuerdo con Javier Romero Tapia, director de El 3 de Conce-, “la escasa concepción para las autoridades sobre la TV Comunitaria. Creen que es un medio mercantil más, cuando su fin es otro como el social político” (entrevista 2019). No obstante estas dificultades, la realidad es que las emisoras lograron seguir adelante: su propia práctica les permitió sortear las dificultades, las estrategias impulsadas ayudaron a las primeras emisoras a presentarse con éxito en los concursos de frecuencias y a postularse a los fondos de fomento; por lo tanto, lograron adaptarse a la situación para mantener en el aire propuestas alejadas de las que pueden verse en las pantallas de los medios comerciales:

Hay algunos que dicen que con lo poco que tenemos, tenemos que aprovecharlo y hacer televisión, que ya es un avance, un primer paso. Que vamos siguiendo, conquistando otros logros [...] Yo en un principio, para la discusión de la ley, estuve muy confrontacional. Es decir, yo no estaba por aceptar lo que estaban ofreciendo; para mí había que movilizarse, teníamos que lograr instalar el tema de lo comunitario, que hubiera financiamiento, etcétera, pero finalmente eso no ocurrió y hoy día como estoy en la lógica más bien de aprovechar esta experiencia para en algún minuto sistematizarla [...]. Yo me sumé un poco a lo que planteaba el colectivo, que es seguir echando *pa* adelante, ir avanzando, poco a poco, enfrentando las situaciones de adversidad como Asociación de Canales [...]. (Leal, Únetev, entrevista 2018)

Cabe destacar que la migración a digital en Chile está en pleno desarrollo, aunque su penetración es lenta y costosa. E incluso que –como señalamos en apartados anteriores- al cierre de estas líneas la industria demandaba la extensión del plazo del apagón analógico (concedido en mayo de 2019), y que el porcentaje de digitalización del sistema televisivo recién alcanzaba un 16,7 por ciento de la industria (64 de 381 concesiones). Las comunitarias en cambio deben migrar en tiempo récord: junto con el requerimiento de equipos de transmisión que cumplan con la norma, el CNTV ordena que una vez adjudicada la licencia las televisoras tienen 180 días prorrogables para poner la señal en el aire de la televisión digital terrestre.

Es decir que los canales comunitarios, que parten de un piso muy bajo (podríamos sostener, del subsuelo de la comunicación en el marco de un sistema de medios privado comercial concentrado), tienen que realizar la transición a digital del equipamiento de emisión y de la línea de control en seis meses a un año, cuando la gran mayoría en la actualidad sólo cuenta con equipos digitales para el registro y, el resto, todo analógico, además de una infraestructura muchas veces limitada para el funcionamiento televisivo:

Hemos tenido tanta *pega* que a ratos también una dice: sí yo quiero cumplir y responder, queremos tener el tiempo suficiente como para prepararnos también al momento de solicitar todo esto. Porque yo siento que igual esto es como que te pusieran un sombrero grande *¿cachai?* Como que te *cerrai*, te ponen la mochila demasiado grande, pues si eso fue lo que vino a hacer el presidente del CNTV [en su visita a Pichilemu TV], fue como “ya, vengo a entregar la concesión”. (Paula Gálvez, Pichilemu TV, entrevista 2018)

Hasta ahora, el Estado –a través de la política pública- es el actor institucional con mayor capacidad para garantizar (o no) que el salto tecnológico pueda ser realizado en el tiempo establecido para las nuevas concesiones, dando cumplimiento a las nociones de pluralidad y diversidad presentes en la normativa chilena y en los tratados internacionales ratificados por ese país. Este fomento arraiga en emisoras que han logrado sostenerse en el tiempo aún en la escasez de recursos económicos; justamente es la inteligencia colectiva, basada en la experiencia, la que ha permitido construir las estrategias necesarias para que los canales lleguen a esta instancia, luego de atravesar toda una carrera de obstáculos, constituyendo un hito en la historia de la televisión chilena.

También hay que destacar como problema el alto nivel de desconocimiento de la televisión digital terrestre entre la población, ya que aporta un elemento más a las difíciles condiciones sobre las cuales las televisoras comunitarias tienen que migrar. La IX Encuesta Nacional de Televisión encargada por el CNTV es clara al respecto, cuando informa que la penetración es baja,

llegando apenas a un 36%. Aunque este conocimiento ha ido en aumento, se considera que un desconocimiento de 64% a menos de dos años de la implementación planificada para esta tecnología es aún alto. El mayor nivel de conocimiento sobre TDT se alcanza en sectores socioeconómicos altos y medio-altos, que a su vez son quienes cuentan con mayor nivel de estudios formales, y en los residentes del Gran Santiago. En comunas pequeñas del sur, el nivel de conocimiento es significativamente más bajo que en el resto del país. (CNTV, 2018b: 6)

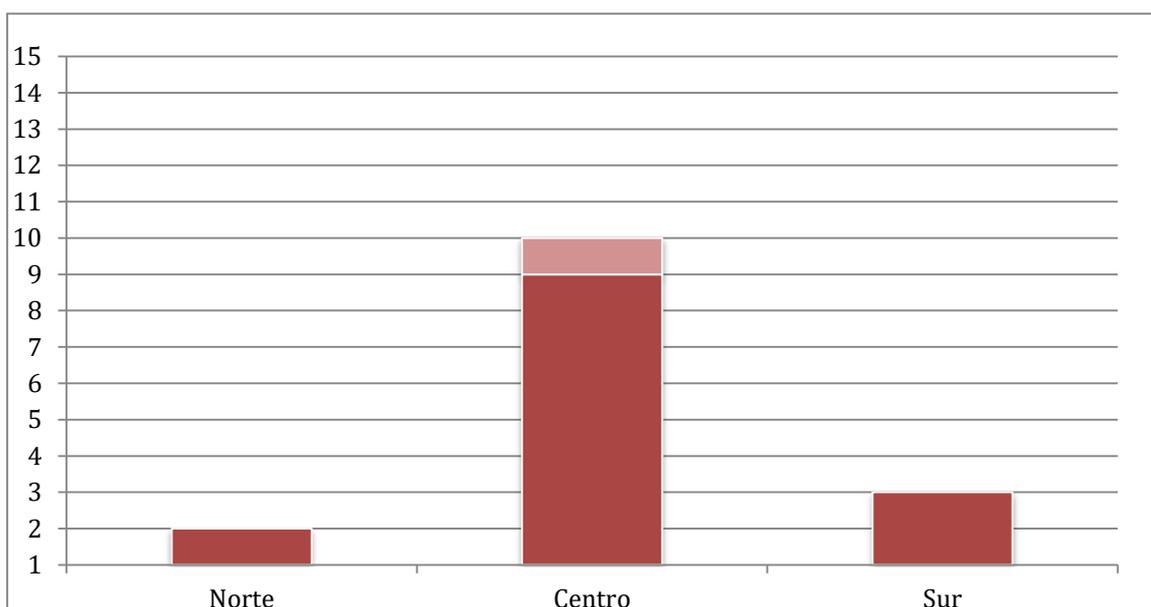


Por zona geográfica, son las comunas medianas y pequeñas del sur donde hay mayor nivel de desconocimiento de la TDT. En las comunas del Gran Santiago, en tanto, es donde hay más información. En general, en todas las zonas el conocimiento aumentó, excepto en las localidades medianas y pequeñas del sur. (CNTV, 2018b: 11)

Esto es interesante si se observa el mapa de la distribución geográfica de la televisión alternativa en Chile, que también reúne en la Región Metropolitana de Santiago y en las regiones del centro del país el mayor número de experiencias. Además, los niveles de equipamiento en los hogares son más altos en las capitales regionales, especialmente en el centro y norte, en el marco del protagonismo de la televisión abierta como fuente de información para el 86 por ciento de los chilenos y las chilenas, esto pese a los cambios en las formas de consumo de contenidos que se vienen registrando en los últimos años: incluso aquellos que ven televisión de pago (cuya suscripción ha ido creciendo sostenidamente) no abandonan el consumo de televisión abierta y sintonizan sus canales de forma sistemática (CNTV, 2017), razón a tener en cuenta –como señalamos párrafos más arriba- a la hora de analizar el recorrido de la televisión alternativa chilena en comparación con la experiencia argentina, donde el consumo de cable es prácticamente excluyente.

FIGURA 9. Distribución geográfica de las TV en Chile. Fragmento del mapa.

En otras palabras: ahí donde el conocimiento de la tecnología digital es mayor, y donde existen hogares más equipados, es también donde el fenómeno de la televisión alternativa ha tenido mayor arraigo. Esto puede significar una importante oportunidad para que el sector, si logra atravesar la digitalización, se encuentre audiencias más amplias en el contexto del despliegue general de esta tecnología, que debe superar el desconocimiento para ser adaptada (o no) masivamente por las audiencias. Como muestran los cuadros número 4 y 5, son 9 canales en la Región Metropolitana de Santiago, lo que representa el 60 por ciento de las emisoras relevadas, que sumados al canal de O'Higgins son 10 para la zona central de Chile, un 66,6 por ciento del total. Dos en el norte, en Arica y Parinacota, representado el 13,33 por ciento, y tres al sur del país, en Biobío y La Araucanía (20 por ciento).



**FIGURA 10. Distribución regional de la TV comunitaria en Chile. En la zona central se concentran la mayor cantidad de experiencias.**

En cuanto a las estrategias desarrolladas por las emisoras para lograr la legalización y poner en marcha la migración digital, se destaca la conformación de redes más amplias u organizaciones de segundo grado para encarar la relación tanto con el Estado como con el mercado; puntualmente con los proveedores de tecnología. La Red de Televisoras Populares y Comunitarias (RTP) fue una herramienta clave para la difusión del fenómeno y su multiplicación a partir del impulso de encuentros nacionales y de la puesta en marcha de escuelas y talleres destinados a formar nuevas experiencias. Esta línea de acción amplió los horizontes sobre los que se desplegó el fenómeno, aportando a mejorar sus condiciones de posibilidad. La RTP luego conformó con otras organizaciones e instituciones la Mesa de

Ciudadanía y TV Digital, una organización de tercer grado cuyo objetivo fue incidir durante el debate parlamentario de la ley 20.750, acordando 11 propuestas que, como señalamos antes, incluían las reivindicaciones del sector comunitario.

Luego las emisoras crearon un instrumento gremial, la Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile, cuya línea de acción fue la representación de los intereses de los canales comunitarios frente a los organismos encargados del sistema de televisión y de las telecomunicaciones, el CNTV y la SUBTEL. Como se señaló al principio de este apartado, esta tarea implicó reunirse con funcionarios, realizar manifestaciones públicas poniendo en circulación los reclamos de las televisoras en cuanto a legalización, financiamiento y denuncia de la concentración de medios; viabilizar la visita del CNTV a los canales como forma de comprometerlo a atender sus necesidades y establecer relaciones con instituciones y proveedores, entre otras.

La estrategia desarrollada por la Asociación fue crucial para que los primeros llamados a concurso realizados por el CNTV contemplaran concesiones locales de carácter comunitario, y para que los canales pudieran cumplir con las exigencias que implica dicha postulación. Esta negociación se enfocó en resolver una de las principales dificultades que el sector enfrenta a la hora de concursar: de acuerdo con las fuentes consultadas, la elaboración de la carpeta técnica. Debido a su alto costo, el requerimiento de la firma de un profesional competente y lo específico del conocimiento involucrado en un terreno en el cual el desconocimiento es lo habitual, esta zona de la postulación aparecía como la más alejada de las posibilidades de las emisoras. Las gestiones realizadas por la Asociación, en particular en la figura de Luis “Polo” Lillo, dirigente de la Señal 3 La Victoria, llevaron a construir una relación con la empresa de soluciones tecnológicas SERCOM, a través de la SUBTEL.

El acuerdo con SERCOM apunta a resolver la elaboración de la carpeta técnica de las emisoras asociadas al momento de postular a una concesión, a cambio del compromiso de compra del equipamiento digital a esta empresa proveedora en caso de resultar adjudicatarias. SERCOM también acompaña a los canales en la elaboración de los proyectos técnicos para aplicar al fondo FDT de la SUBTEL, de donde éstos obtienen el financiamiento para hacer frente a esas adquisiciones. Esta estrategia para lograr la legalización y ampliar las condiciones para transitar a la tecnología digital, partiendo de una base de tecnología analógica muy artesanal que implicaba un salto gigantesco para las experiencias comunitarias, permitió que Señal 3, Pichilemu TV, Challa TV, Únetev y TV8 Peñalolén pudieran presentarse a concurso, y que las primeras cuatro obtuvieran la concesión.

| CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS GENERALES            |                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Canal de Transmisión                          | Canal 50 (686 - 692 MHz.).                                                                                                                      |
| Señal Distintiva                              | XRG-435                                                                                                                                         |
| Potencia del Transmisor                       | 100 Watts.                                                                                                                                      |
| Estándar                                      | ISDB-Tb.                                                                                                                                        |
| Tipo de Emisión                               | 6M00WTFN.                                                                                                                                       |
| Zona de servicio                              | Localidad de Pichilemu, VI Región, donde la intensidad de campo utilizable sea mayor o igual a 48 dB( $\mu$ V/m), referida al punto de emisión. |
| UBICACIÓN DE LAS INSTALACIONES                |                                                                                                                                                 |
| Estudio                                       | Ángel Gaete N° 591, comuna de Pichilemu, VI Región.                                                                                             |
| Coordenadas geográficas Estudio               | 34° 23' 19" Latitud Sur, 72° 00' 12" Longitud Oeste. Datum WGS 84.                                                                              |
| Planta Transmisora                            | Pasaje La Cruz N° 539, comuna de Pichilemu, VI Región.                                                                                          |
| Coordenadas geográficas Planta Transmisora    | 34° 23' 59" Latitud Sur, 72° 00' 50" Longitud Oeste. Datum WGS 84.                                                                              |
| CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LAS INSTALACIONES |                                                                                                                                                 |
| Marca Transmisor                              | EGATEL, modelo TE9151, año 2017.                                                                                                                |
| Configuración de Transmisión                  | Modulación 64QAM, FEC $\frac{3}{4}$ , Modo 3.                                                                                                   |
| Sistema Radiante                              | 1 Antena Superturnstile, orientada en el acimut 0°.                                                                                             |
| Ganancia Sistema Radiante                     | 5,06 dBd de ganancia máxima.                                                                                                                    |
| Diagrama de Radiación:                        | Omnidireccional.                                                                                                                                |
| Polarización:                                 | Horizontal.                                                                                                                                     |
| Altura del centro de radiación:               | 22 metros.                                                                                                                                      |
| Marca de antena(s)                            | Aldena, modelo ATS.08.07.920, año 2017..                                                                                                        |
| Marca Encoders                                | EITV, modelo ISDB-T Dual Channel Encoder, año 2017.                                                                                             |
| Marca Encoders                                | PVI, modelo VeCOAX Pro 2, año 2017.                                                                                                             |
| Marca Multiplexor                             | VideoSwitch, modelo DMUX-1000i, año 2017.                                                                                                       |

*Fragmento de la carpeta técnica de Pichilemu TV.*

Si bien es cierto que “el que siempre gana es SERCOM”, como sostiene Ortega (entrevista, 2019), no es menos cierto que las emisoras comunitarias también ganan con una solución creativa y colaborativa para todo el sector, cuyas dificultades económicas condicionan la posibilidad de destinar recursos para contratar este servicio. A través de la carpeta técnica, la empresa –que no es fabricante sino importadora, *partner* o representante de marcas y productos– propuso un parque de equipos digitales para poner en marcha los proyectos de los canales, declarando una señal principal HD de 8,2 Mbps, dos señales secundarias SD de 3,1 Mbps cada una y una One-seg de 400 kbps. Los equipos propuestos fueron: transmisor de la marca española Egatel; multiplexor del fabricante argentino Videoswitch (es el equipo que permite dividir el canal digital); encoders EiTV y PVI (son los codificadores); filtro de máscara de la italiana Com-Tech (es el equipo que atenúa las emisiones fuera de la banda); sistema radiante Superturnstile y antenas Aldena. Todas las carpetas son iguales, a excepción de la antena y sistema radiante de Señal 3, que ya contaba con ese equipamiento.

SERCOM Broadcasting Intelligence se presenta como una empresa con más de 20 años de experiencia en radio y televisión, con profesionales con conocimientos en las últimas tecnologías disponibles en el mercado de la radiodifusión. Sostiene que “es responsable de la elaboración de las bases técnicas y administrativas para postular a concursos públicos de servicios de telecomunicaciones”, y destaca la confección de los estudios referentes al uso del espectro radioeléctrico.

Nuestro compromiso es entregar soluciones acordes a los clientes, de acuerdo a la magnitud de infraestructura, o impacto en el desarrollo de los radiodifusores, siendo un apoyo desde el comienzo y el día a día, entregando actualizaciones y/o nuevas opciones para ir mejorando las instalaciones y la calidad de las concesiones de cada uno de ellos.<sup>145</sup>

Se trata de una empresa que tiene trayectoria en el país andino y articulaciones comerciales con el mercado audiovisual y de telecomunicaciones a nivel regional y mundial. Es representante oficial en Chile del Software de Sistemas de Antenas EMLAB del fabricante italiano Aldena; y representante, *partner* y *reseller* de distintas marcas de encoders, multiplexores, radio enlaces, excitadores, transmisores, gap fillers (para las zonas de sombra) y sistemas radiantes. Entre los fabricantes que importa o representa, se destacan Egatel, Com-Tech, Aldena y Videoswitch como productores de los equipos que coloca en el pequeño mercado que supone la televisión local comunitaria.

---

<sup>145</sup> <http://www.SERCOM.cl/proyectos/>

Los tres primeros son empresas internacionales grandes, que vienen ubicando sus productos en varios países del mundo en el marco de la digitalización de la radio y la televisión. El cuarto es una empresa pyme argentina, con sede en el polo tecnológico de Parque Patricios, que fabrica, importa y ensambla equipamiento para video y audio profesional desde 1987, y que como destacamos en el capítulo anterior, viene trabajando con los canales comunitarios de la Argentina. Egatel está integrada en el área de Servicios y Tecnología de COMSA Corporación, que es el segundo grupo español no cotizado en el sector de las infraestructuras y la ingeniería. Com-Tech es italiana, y desarrolla productos y servicios de alta gama destinados a una cartera de clientes en más de 50 naciones. Telecomunicazioni Aldena, también italiana, tiene presencia en 135 países y es líder en la fabricación y venta de antenas profesionales para la transmisión de radio y televisión.

La adquisición de estos equipos, como ya apuntamos, se realiza a través de los fondos FDT, que se dirigen a dos tipos de emisoras agrupadas: regionales o locales, y locales de carácter comunitario. El FDT destina en tres llamados consecutivos 97 zonas de postulación a las primeras, con subsidios máximos entre \$ 34 millones y \$ 112 millones según la cobertura; y 15 zonas de postulación a las segundas, con subsidios máximos de \$ 34 millones. Es decir que de un total de 112 postulaciones, el 13,3 por ciento se dirige al sector alternativo o comunitario. Ese porcentaje, si bien es bajo, está en sintonía con los catastros de canales realizados, mostrando que la orientación del FDT se dirige menos al despliegue general del actor no lucrativo que a la contención de las experiencias ya existentes.

La inclusión de las emisoras comunitarias como beneficiarias de esta política pública es resultado de la demanda del sector, y de las gestiones realizadas por la Asociación de Audiovisualistas de Canales Comunitarios de Chile tras la adjudicación de las primeras licencias. La tanda inicial de proyectos permitió a Señal 3, Challa TV y Únetev obtener el financiamiento para la digitalización de sus plantas transmisoras. Pichilemu TV, en tanto, quedó pendiente de la segunda tanda de postulaciones al fondo que apoya el despliegue de los sistemas de televisión digital terrestre.<sup>146</sup> De modo que la formación de organizaciones de segundo grado, como estrategia para encarar la transición desde posiciones de bajo poder relativo, sirvió para ampliar las condiciones que permitieran que el salto alcanzado con las licencias no se diera en el vacío.

---

<sup>146</sup> Al respecto, Giovanni Morales explica que “fuimos los únicos que quedamos afuera. Somos cuatro canales a nivel nacional, que sería Arica, Padre Hurtado, La Victoria y nosotros, y salió para ellos tres y a nosotros nos dejaron afuera. No entendemos por qué; Polo [Lillo] averiguó que no habían tantos recursos para el primer llamado, por la ley de presupuesto”. (Morales, entrevista 2018)

De igual manera las emisoras lograron sortear las dificultades para la elaboración de los planes financieros requeridos para la aplicación a las diferentes líneas de fomento. Tanto el FDT como el Fondo CNTV de Interés Comunitario proyectan sobre las experiencias un modo de producción propio de los prestadores comerciales, que resulta restrictivo para los comunitarios. La sistematización de la experiencia de Pichilemu en la postulación y gestión de proyectos, y su puesta en circulación, aportó a la estrategia colectiva resolviendo paulatinamente los obstáculos presentados. Junto con esto, las emisoras complementaron la estrategia colectiva con acciones de *crowdfunding* o campañas financieras para hacer frente a las garantías requeridas para demostrar su viabilidad y seriedad.

Cabe destacar también que, en el caso del Fondo CNTV de Interés Comunitario, éste fue resultado de la exigencia del sector y de las negociaciones con ese organismo:

Con este Fondo de Interés Comunitario nos propusimos emparejar la cancha televisiva, entregar diversidad a la pantalla incluyendo así a los canales y productoras con contenidos comunitarios para que también puedan acceder al único fondo de fomento que tiene la televisión chilena”, recalcó el presidente del CNTV.<sup>147</sup>

The flyer is divided into two main sections. The left section, titled 'COMO PUEDES AYUDARNOS', is on a blue background and lists four ways to help: 1. 'Depósito en dinero a campaña IDEAME' with the IDEAME logo. 2. 'Donaciones en especies, productos/servicios' with a box icon. 3. 'Contratación de servicios para eventos' with a TV screen icon. 4. 'Contratación de nuestros servicios audiovisuales' with a clapperboard icon. The right section, titled 'BENEFICIOS DE COLABORADORES CON CAUSA', is on a white background and lists four benefits: 1. 'Mención en sitio WEB como colaborador' with a cloud and arrow icon. 2. 'Nota en sitio WEB y redes sociales' with a news icon. 3. 'Mención en eventos públicos' with a radio waves icon. The ÚTV logo is in the bottom right corner.

Flyer Únetev. Campaña financiera

<sup>147</sup> <https://www.cntv.cl/265-proyectos-postularon-al-fondo-cntv-2017/cntv/2017-05-11/112356.html>

Las visitas de Oscar Reyes, presidente del organismo entre 2014 y 2018, a las emisoras asociadas registran el compromiso del funcionario para instrumentar dicho fondo, y las presiones de los canales para hacerlo efectivo. Aunque, como sostuvimos, sus limitaciones son importantes al requerir planes de trabajo y guiones que tironean de la forma de funcionamiento de la televisión comunitaria, y al destinarse indistintamente a emisoras y productoras. Reyes explicaba en un taller realizado en 2017 el sentido de la apertura a estos destinatarios: “La ley señala que tenemos que preocuparnos de los canales comunitarios”, por eso, cuando aún no se habían entregado las primeras concesiones, “la vuelta que le hemos encontrado es apoyar a las productoras de carácter comunitario”.<sup>148</sup>

Finalmente, a las estrategias impulsadas por las televisoras alternativas, populares y comunitarias en tanto Asociación, se agregan las estrategias particulares, como la colaboración de tres canales para la postulación conjunta a una concesión, en el caso de Únetev; el compromiso de la Señal 3 de presionar para acarrear a TV8 Peñalolén con su remanente; o el énfasis puesto en la gestión en la experiencia de Pichilemu TV. Todas estas estrategias (de legalización, para la migración, de relación con el Estado, de inserción comunitaria, de apropiación tecnológica y de vinculación con los proveedores) buscaron ampliar las condiciones de posibilidad de las emisoras en el contexto de la transición digital, intentando construir desde la intervención colectiva un lugar en el mapa de medios chileno.

---

<sup>148</sup> <https://www.cntv.cl/taller-para-el-sector-audiovisual-comunitario-marzo-2017/cntv/2017-03-10/121857.html>

## 6. Modelos y principios generales de la televisión alternativa en Argentina y Chile

### 6.1. Condiciones de producción a ambos lados de la Cordillera

La televisión alternativa, popular y comunitaria es un tipo particular de actor dentro de la comunicación no lucrativa. Aunque cada emisora presenta variaciones y los modos de nombrarse difieren de una experiencia a otra, décadas de análisis sistemático y una larga trayectoria de estos medios en América Latina dan cuenta de su especificidad. La resistencia a través de los años, la capacidad para organizarse, sortear obstáculos y proponerse nuevos desafíos –es decir, la propia práctica del sector-, amplía sus condiciones de posibilidad en contextos hostiles para el impulso de modelos de comunicación no comerciales y en el marco de escenarios altamente concentrados.

En los dos países estudiados el grado de concentración es muy elevado, y actúa como barrera de entrada para las emisoras alternativas y comunitarias que intentan ingresar al mapa desde posiciones de mucha precariedad. La televisión abierta, además,

es uno de los medios de comunicación históricamente más concentrados. Al utilizar el espectro, un bien de dominio público finito y escaso, y al involucrar costos en una economía que requiere articular diferentes eslabones productivos, la televisión constituye un obstáculo para la concurrencia abierta de muchos operadores. (Becerra & Mastrini, 2017: 204)

En Argentina, los dos principales canales abiertos con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Telefé y Canal 13) dominan más del 65 por ciento de las audiencias, y los cuatro primeros el 92,2 (Telefé, Canal 13, Canal 9 y América TV). Las cuatro cableoperadoras más grandes del país (Cablevisión, DirecTV, Supercanal y Telecentro) alcanzan el 84 por ciento del total de los abonados. A pesar de que la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009 tuvo entre sus objetivos poner límites a la concentración de la propiedad, sobre el final del período estudiado (2008-2018) no sólo no se habían cumplido sino que tras el DNU 267/2015 ésta se había profundizado, con la fusión entre Cablevisión (cuyo accionista mayoritario es el Grupo Clarín) y la empresa de telecomunicaciones Telecom, la más grande en la historia de las comunicaciones en este país.

En Chile, los niveles de concentración están entre los más altos de la región, con el duopolio de los grupos El Mercurio y COPESA en prensa y la concentración de la propiedad y las audiencias en la televisión abierta, la televisión de pago (cuatro grandes empresas extranjeras dominan el 90 por ciento del mercado: Movistar, Claro, DirecTV y Liberty Global), las telecomunicaciones y la prestación de servicios banda ancha fija a Internet. Además, los grupos más importantes registran cruces con otras ramas de la economía, característica que “puede ser observada como una fase diferente de la conglomeración infocomunicacional que está más desarrollada en países como México o, en el mismo entorno geográfico, la Argentina” (Becerra & Mastrini, 2017: 149).

También cabe destacar el celo de los grupos de medios en defensa de sus posiciones privilegiadas y la falta de actitud de los organismos de regulación para hacer cumplir la norma, que dificultan el desarrollo de la televisión alternativa en la transición digital. En los dos países los canales comerciales obtuvieron permisos demostrativos o experimentales para comenzar las pruebas con esta tecnología, y sus licencias en la banda hertziana fueron reconocidas como derecho adquirido en la plataforma digital. En cambio, los comunitarios debieron esperar a las primeras concesiones (entre 6 y 4 años de aprobadas las respectivas leyes) para lanzarse a experimentar con resguardo legal. Cuando se avanzó legítimamente pero sin papeles, en virtud de la deuda que ambos Estados mantienen con el sector producto de años de discriminación, los costos fueron elevados. Así lo atestigua el caso de Antena Negra en la Argentina, víctima de dos decomisos y de la penalización de sus integrantes.

Además, pese a que la normativa indica en ambos países reglas de *must carry* para el ingreso equitativo a las plataformas de distribución de contenidos disponibles, sólo una cableoperadora local argentina integró en su grilla la señal de una emisora comunitaria. Se trata de la compañía Telered y del canal de Luján PAREStv. Las principales empresas, Cablevisión, Supercanal y Telecentro, no levantaron a las emisoras aun estando legalizadas, pese a que tras el DNU 267 la obligación normativa persistió a través del dictado de las resoluciones 1393/2016 (artículo 12) y 5160/2017 (artículo 1ro). En Chile, el artículo 15 quáter, inciso segundo de la ley 20.750 establece la obligatoriedad de levantar al menos cuatro canales regionales, locales o locales de carácter comunitario en sus respectivas grillas o parrillas programáticas. A la fecha, no se ha levantado ninguno de carácter local comunitario.

Por otra parte, los cambios normativos se dieron en simultáneo con la adopción del estándar técnico ISDB-T, y el consecuente inicio de la transición a la televisión digital terrestre, cuya estructura tecnológica es capaz de albergar mayor cantidad de prestadores al brindar mayor disponibilidad del ancho de banda, y por lo tanto un uso más eficiente y distributivo del

espectro radioeléctrico. Pero la migración llega en un contexto de convergencia y profundización de la concentración de medios e industrias culturales en América Latina, con pocas empresas que dominan el mercado y captan la mayor parte de los recursos (Becerra, 2015: 50), impidiendo el desarrollo sostenible de competidores más chicos y dificultando el ingreso de nuevos actores al ecosistema mediático.

No obstante, la multiplicación de posibilidades que abre la liberación de espectro animaron decisiones regulatorias y la definición de políticas de comunicación de carácter democratizador, entendiendo la renovación como una oportunidad en el sentido planteado por la Relatoría para la Libertad de Expresión (RELE, 2015). Esta oportunidad también fue registrada por los colectivos de televisión alternativa, popular y comunitaria, que se dieron estrategias para alcanzar una legalidad largamente postergada y para realizar la migración a digital con relativo éxito, aun en las difíciles condiciones que venimos mostrando hasta acá. Argentina y Chile se cuentan entre los 13 países latinoamericanos que con matices, aprobaron normativas que reconocen la existencia de medios comunitarios o sin fines de lucro como actores de derecho, y que establecen una reserva de espectro –aunque el grado de esa reserva es mayor en el primero que en el segundo.

En ambos casos, sectores de la sociedad civil, organizaciones por la defensa del derecho a la comunicación, académicos y académicas, periodistas y activistas de medios comunitarios intervinieron en los debates que llevaron a la aprobación de esas normas, incidiendo en mayor o menor medida en las propuestas que llevaron a su elaboración, con resultados dispares (Segura, 2018; Sáez Baeza, 2013 y 2014). En Argentina, la Coalición para una Radiodifusión democrática, redes como Farco, Amarc y la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) tramitaron diferentes propuestas y se posicionaron de distinta manera frente al escenario abierto por la ley SCA (Kejval, 2018, Segura, 2018).

En Chile, la Mesa de Ciudadanía y TV Digital comenzó a reunirse en 2009 mientras se debatían las implicancias de la renovación tecnológica, pero en este caso el nivel de incidencia fue menor, los debates parlamentarios sobrevaloraron los cambios tecnológicos por sobre los aspectos socioculturales del proceso (sobre todo durante el primer gobierno de período de Sebastián Piñera) y la propuestas del sector no fueron finalmente contempladas en la formulación final de la ley 20.750. De acuerdo con Chiara Sáez Baeza (2014), el debate público sobre el tema

fue casi imperceptible y la participación de la sociedad civil organizada como de las televisiones comunitarias ha sido permanentemente menospreciada en la discusión. Por ejemplo, si bien las televisiones comunitarias han tenido ocasión de hablar con

parlamentarios, e incluso participar de eventos relacionados con la televisión digital que se han desarrollado en dependencias del Congreso, nunca han hablado por sí mismas en el Parlamento. (Sáez Baeza, 2014: 42)

La investigadora chilena resalta que sólo con la participación de la Mesa de Ciudadanía y TV Digital en la audiencia pública, los parlamentarios y parlamentarias pudieron conocer los reparos de las televisoras comunitarias acerca del proyecto, y sus demandas de garantías para los canales que ya estuvieran emitiendo. También destaca que durante el debate abierto entre 2008 y 2011 la reserva de espectro incluso se achicó con respecto a la formulación original. Fue cuando se estableció que la reserva del 40 por ciento fuera sobre las locaciones disponibles una vez realizada la transición de las emisoras existentes (Sáez Baeza, 2014: 42-43).

No obstante, la participación de las televisoras organizadas y el trabajo de articulación con organizaciones de la sociedad civil, universidades y especialistas permitieron “poner en valor” estas experiencias sociales de comunicación que, en algunos casos, llevan más de 20 años en el aire. El reconocimiento de este acumulado se advierte en cierto protagonismo logrado por el sector durante la gestión de Oscar Reyes al frente del CNTV (2014-2018), con visitas a las sedes de las emisoras, la realización de encuentros promocionados por el organismo, reuniones y cursos de capacitación, y con el llamado a un fondo de fomento particular para contenidos comunitarios, aunque no tuvo a las emisoras como destinatarias específicas. Así como el encargo de algunos informes externos sobre el tema (Sáez Baeza, 2014: 53).

La longevidad de los canales chilenos se destaca por sobre el recorrido argentino. Si bien la historia de la televisión alternativa de este lado de la Cordillera es anterior, dando sus primeros pasos en la segunda mitad de la década de los 80, no existe una continuidad estricta entre aquellas experiencias y las que actualmente disputan un lugar en el sistema de medios. Con continuidad estricta nos referimos a que no se trata de los mismos canales a lo largo de los años, ni de las mismas organizaciones que los nuclean, desde las experimentaciones iniciales con los transmisores compartidos y la fundación de AATECO hasta la actualidad. En cambio, sí podemos sostener que el fenómeno se fue desarrollando en diferentes etapas, con distintas actoras compartiendo una misma necesidad de constituirse como vehículos de expresión de demandas sociales, lo que las constituye sociológicamente como objeto.

Cuando las televisoras argentinas de la etapa analógica (Vinelli, 2014) comenzaron a apagarse producto de los decomisos y de la penetración masiva del cable en los 90, que cambió el hábito de consumo de la televisión, la primera emisora chilena dio el paso hacia el encendido en VHF. La Señal 3 La Victoria se mantiene operativa desde entonces, a la que se sumaron Barrancas TV en 1999, Pichilemu TV en 2001, Mapuche TV3 y Oveja TV en 2006, y TV8

Peñalolén en 2007, entre otras, todas previas a la presentación del proyecto de ley de introducción de la televisión digital en 2008, que demoró seis años en aprobarse y atravesó los gobiernos de Michelle Bachelet y Sebastián Piñera. Por lo tanto, como se señaló, la larga discusión parlamentaria en ese país se transitó con la presencia activa y emitiendo de las televisoras, con fuerte inserción territorial y comunitaria, organizadas en la Red de Televisoras Populares y Comunitarias y en menor medida en la Red de Medios de los Pueblos, lo cual explica su sostenibilidad tras años de funcionar sin papeles ni fomento.

Según datos de la consultora Business Bureau (2018), la penetración de la televisión de pago en la Argentina es del 78 por ciento, mientras que en Chile es del 63, donde viene creciendo de manera constante pero más lenta. Esto hizo que se extendiera en el tiempo el consumo de la televisión analógica, haciendo que los canales comunitarios pudieran recepcionarse con mayor facilidad y, por lo tanto, proporcionando la posibilidad del encuentro con sus audiencias. La IX Encuesta Nacional de Televisión, realizada anualmente por el CNTV, muestra que en 2017 se consolidaba el desarrollo de la televisión regional, debido a su alta valoración entre las audiencias; mientras que entre el 8 por ciento que conocía la existencia de un canal comunitario en su comunidad, un cuarto ya afirmaba verlo (CNTV, 2017: 52). La consideración de las emisoras comunitarias dentro de la IX Encuesta es, además, un dato acerca de su reconocimiento social.

En Argentina, en la segunda mitad de los 90 y coincidiendo con el proceso de concentración en grandes cableoperadores y luego extranjerización del capital (Marino, 2017), el crecimiento de la cantidad de abonados al cable en las grandes ciudades del país se desarrolló exponencialmente.<sup>149</sup> Esto achicó la recepción de los comunitarios, que emitían por aire y antes se integraban a parrillas de menos de cinco canales. Los artefactos, al impedir la recepción conjunta de ambos sistemas, obligaban a elegir cómo ver televisión, reduciéndose significativamente la llegada y por lo tanto la factibilidad de experiencias como éstas. Esto, sumado a la constante persecución producto del viejo decreto ley 22.285, hizo que los canales comunitarios de esta primera etapa se fueran apagando progresivamente, y que muchos no lograran superar la fase proyectual.

Más tarde, la crisis política y económica de 2001 trajo aparejada una nueva oportunidad, al poner en cuestión el rol de los medios masivos de comunicación, coincidiendo con la crisis

---

<sup>149</sup> Santiago Marino sostiene que “la concentración de este sector de las industrias culturales fue muy intensa en el país, al punto que redujo en pocos años una multiplicidad de operadores a unos pocos muy potentes. Lo que en los mercados más importantes había llevado casi dos décadas, en la Argentina llevó menos de cinco años”. (Marino, 2017: 47)

de la televisión de pago, la caída de sus abonados y el crecimiento de las deudas de las grandes empresas (Marino, 2017: 78).<sup>150</sup> En este período colectivos militantes volvieron a experimentar con la televisión, combinando la tecnología analógica para la transmisión y la digital para el registro. Fue rico en ensayos; aunque no lograron mantener emisiones regulares y estuvieron operativos por cortos períodos de tiempo, estos canales sentaron las bases de muchas de las emisoras que nacieron al calor de los debates que llevaron a la sanción de la ley audiovisual.

En una línea de tiempo se advierte que la mayoría de las emisoras argentinas comienza a emitir en el bienio 2009-2010, en el momento de mayor promesa en torno a la apertura que venía a ofrecer la televisión digital abierta en términos de multiplicación y democratización de



*Emisión de la Televisión Piquetera en San Rudecindo, Florencio Varela, en diciembre de 2003.*

la pantalla, pero pocas lograron atravesar finalmente los primeros años de la ley SCA: la alegalidad, las dificultades que la carencia de “papeles” acarrea sobre la sostenibilidad económica, la exigencia que implica mantener una emisora operativa de manera regular, el corto itinerario de los proyectos, la ausencia de concursos específicos para el sector y la demora en el fomento conspiró para que un mayor número de canales pudiera poblar la reserva del 33 por ciento del espectro.

---

<sup>150</sup> El desarrollo de los diferentes momentos que atravesó la industria del cable en Argentina excede los límites de esta tesis. Para ver el tema en profundidad, consultar Marino, 2017.

En Chile, en contraste, el debate se empujó con canales funcionando desde años atrás, con una importante referencia y reconocidos por sus bases sociales, organizados en espacios comunes y capaces de continuar emitiendo en la precariedad tecnológica, económica y legal: la capacidad de gestión y la inserción territorial son dos elementos que destacan la trayectoria de la experiencia alternativa en ese país, que arranca sobre el final de la dictadura de Augusto Pinochet con los “pantallazos” en las poblaciones de Santiago (Sáez Baeza, 2014: 40-41). Aun con una ley menos contenedora para el sector, este acumulado de años terció para que las primeras concesiones salieran finalmente a concurso en 2018, e incidió para que el CNTV abriera un fondo para la realización de contenidos de interés comunitario (con todas las limitaciones que describimos en el capítulo anterior), así como también para que la SUBTEL incorporara al sector como destinatario de los fondos FDT para la implementación de la televisión digital terrestre. Esto pese a que también hubo experiencias que quedaron en el camino, como por ejemplo Umbrales TV, el canal de la población de Villa Francia.

En Argentina no existían emisoras referentes y con años de aire al momento del cambio regulatorio, pero sí un movimiento de medios comunitarios de larga trayectoria, que peleaba por la legalización. Por lo tanto, el escenario abierto fue clave para animar el desarrollo de las experiencias, aunque después de la efervescencia muchas quedaron en una fase inicial y pocas continuaron emitiendo. El debate y la promesa de apertura que motivó la legislación de este país generaron mayor movilización y polarización que su par chilena, dando por resultado una ley reconocida como de avanzada en América Latina. La ley 26.522 fue resultado de una demanda de democratización de largo aliento, que confluyó con un momento político particular de oposición entre el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y las patronales agrarias. El papel jugado por los grupos concentrados de medios, fundamentalmente el Grupo Clarín, fue el desencadenante que llevó a avanzar en la presentación del proyecto (Sel, 2010; Postolski, 2010).

En este clima muchos medios y organizaciones se volcaron a pensar en la televisión, plantando bandera en ese terreno, lo que se evidencia en la cantidad de razones sociales recogidas en el censo de emisoras de baja potencia ordenado por el COMFER en 2009 a través de la resolución 3. Es decir que, si bien varias de las televisoras iniciaron su camino tiempo antes de la sanción de la ley audiovisual, lo cierto es que su puesta al aire ocurrió en el contexto de movilización que la norma promovió. El Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias se formó recién en 2011, para reclamar la apertura de concursos a la entonces AFSCA, entre otras demandas. Mientras que CONTA comenzó a funcionar tras las

primeras autorizaciones precarias otorgadas por el Estado, y se formalizó a principios de 2016 en el contexto de la asunción de Macri en el Ejecutivo Nacional.

En Chile, como se señaló, buena parte del debate se centró más en las implicancias de la televisión digital en tanto tecnología que en las posibilidades de democratización del sistema de medios que la norma podía significar. Chiara Sáez Baeza (2014) sostiene que no hubo variaciones significativas en el tratamiento parlamentario durante el primer gobierno de Bachelet y el de Piñera, aunque éste desvió la discusión hacia los aspectos técnicos, restando importancia a otros como los aspectos socioculturales. La ley 20.750 introduce la televisión digital modificando la ley 18.838, y fue ingresada al parlamento en 2008 durante la gestión de Bachelet, y aprobada recién con su segundo mandato, en 2014, luego de atravesar la primera presidencia de Piñera (2010-2014), actualmente en el cargo.

Aunque la ley argentina conllevó mayor movilización y debate social, desbordando los círculos especializados, en ambos países los logros concretos para el sector social comunitario demandaron entre seis y cuatro años desde las respectivas sanciones; y exigieron la presión permanente de las organizaciones de medios alternativos y comunitarios. Los testimonios muestran que las reivindicaciones son comunes: garantías para las emisoras operativas, pliegos que contemplen la naturaleza del sector, políticas de fomento y una señal nacional se repiten en las intervenciones políticas y comunicacionales de los canales a ambos lados de la Cordillera. Paula Gálvez, presidenta y responsable legal de Pichilemu TV, subraya que los canales son los “conejiillos de indias”, destaca que la información respecto de las concesiones y el fomento muchas veces no es clara, que las emisoras tienen dificultades para la autogestión y que el proceso de legalización y luego de transición a digital se viene realizando mediante “la prueba, el ensayo y el error” (Gálvez, entrevista 2018).

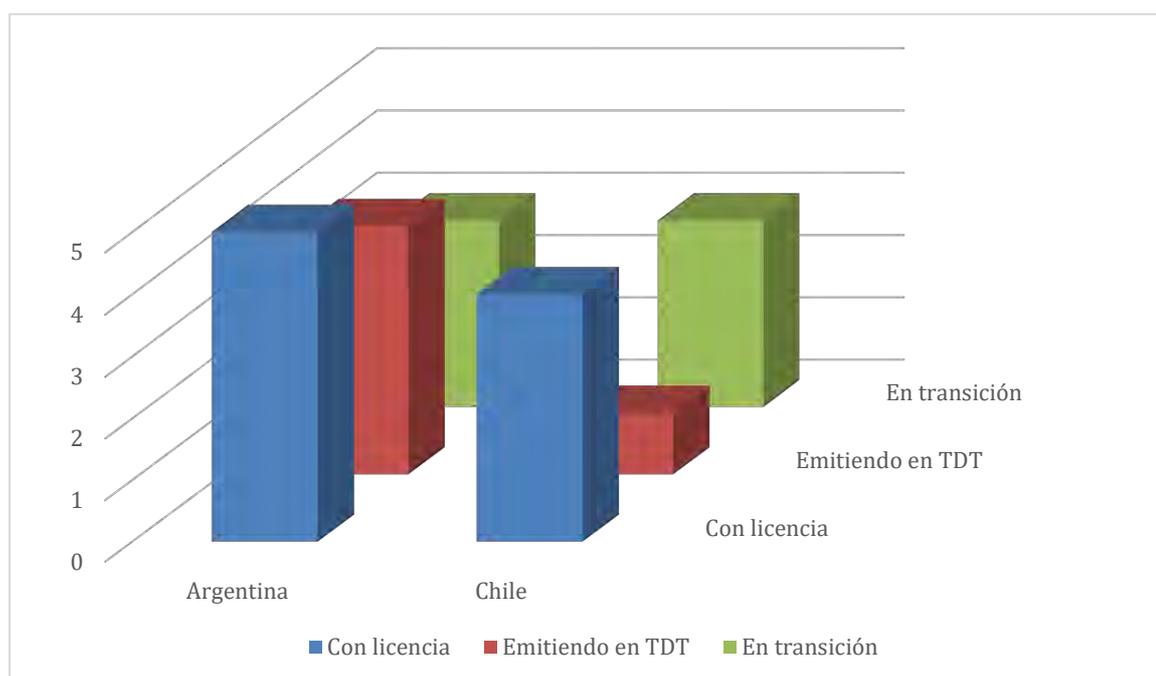
También es interesante comparar el tratamiento que las leyes dan al sector. La ley 20.750 chilena es específica para televisión y caracteriza a estos medios como “locales de carácter comunitario”, pero los restringe a la cobertura local (artículo 15 ter). En este sentido va a contramano de las recomendaciones internacionales sobre televisión digital (RELE, 2015). Si bien establece una reserva de espectro, ésta se realiza –como se apuntó- sobre las locaciones disponibles una vez que las frecuencias de los canales analógicos con licencia migren a digital, y es del 40 por ciento de este remanente. Además, la reserva no es específica para el sector comunitario sino que es indistinta para emisoras regionales, locales y locales comunitarias, y para las calificadas por el CNTV como culturales o educativas (artículo 50 ley 20.750), debiendo competir entonces con emisoras y proyectos comerciales o de escala mucho mayor como los canales regionales (OBSERVACOM, 2016: 21).

La ley 26.522 argentina, en cambio, no establece restricción alguna, pero define a los radios y canales del sector como prestadores privados sin fines de lucro, una denominación que los medios no utilizan para nombrarse y que fue resistida por una parte de los colectivos de medios, que se veían en desventaja respecto de otros medios no lucrativos de mayor escala y capacidad financiera (Vinelli, 2013). No obstante, la reserva del 33 por ciento del espectro para este tipo de prestadores hace de la norma una de las más avanzadas a nivel mundial, sobre todo si se tiene en cuenta que la reserva se realiza sobre un ecosistema mediático y unas políticas de comunicación que históricamente han beneficiado al sector privado comercial.

Como se observa, el reconocimiento de la televisión comunitaria en Chile demoró en ordenarse un quinquenio más que en Argentina, lo cual impacta en un grado de avance menor del proceso de digitalización y de profesionalización de los canales en este país. Mientras que la ley 26.522 es de 2009, al igual que el decreto 1148 mediante el cual se creó el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, la ley 20.750 de introducción de la televisión digital en Chile es de 2014. Sin embargo, la adopción del estándar ISDB-T es de 2009, con el decreto 136 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones de ese país. En Argentina, los primeros concursos para emisoras sin fines de lucro se convocaron en 2015; en Chile, las primeras concesiones son de 2018, nueve años después de iniciado el proceso de digitalización. Esta diferencia temporal, sumada a los fondos específicos para el fomento del sector comunitario, hace que el fenómeno en Argentina esté relativamente más adelantado que su par chileno.

Como se muestra en la Figura 11, en Chile sólo Señal 3 iniciaba al cierre de estas líneas sus transmisiones en la televisión digital terrestre, mientras que Únetev, Challa TV y Pichilemu TV recién accedían a fondos de financiamiento de la SUBTEL destinados a colaborar con la transición digital (volveremos sobre esto más adelante); en tanto que en la Argentina ya operaban en esta plataforma PAREStv, Barricada TV, Comarca SI y ENTV; y Proa Centro, Giramundo y Urbana TeVé se encontraban en vías de hacerlo, habiendo adquirido transmisores digitales o equipamiento para llevar la señal a su planta transmisora vinculada.

FIGURA 11. Canales comunitarios digitalizados a 2018



Fuente: Actas CNTV, AFSCA y ENACOM e información propia.

De todos modos, el grado de avance en el proceso de transición de la televisión alternativa no se puede separar de la difusión, aceptación y consumo de la tecnología digital: no sólo se trata de producir, sino también de llegar. Y en este aspecto, el lento encendido (en Argentina, según datos del SINCA 2017, es apenas del 5 por ciento a nivel nacional), y fundamentalmente la incidencia de la TV paga del 78 por ciento, la más alta de América Latina (Business Bureau, 2018), dificultan las condiciones para la inserción de los canales en el sistema de medios, arrojándolos a los márgenes aun cuando la inversión (económica, profesional, comunicacional y política) implica la renovación total del parque tecnológico, dando por resultado una pantalla en alta definición HD que empata en términos de calidad técnica con la pantalla de los canales comerciales, partiendo de un piso muy desigual.

Recordemos que el proceso de transición a digital, en ambos países, se lleva adelante de forma simultánea a los cambios regulatorios que habilitaron el ingreso de estos actores al ecosistema mediático, en la línea de entender el dividendo digital como una oportunidad para la democratización y el pluralismo. El Estado argentino desarrolló la plataforma para la televisión digital, con transmisores y torres cubriendo actualmente el 82 por ciento del territorio nacional, e impulsó políticas de inclusión con la entrega de decodificadores entre los sectores vulnerables; pero no pudo traspasar la cultura del consumo del servicio del cable, y la tecnología se mantuvo en altos niveles de desconocimiento entre la población. Con el advenimiento del

gobierno de Mauricio Macri en diciembre de 2015, como se señaló en los capítulos específicos, la TDA sufrió además un importante proceso de desfinanciamiento, desalentándose las políticas de inclusión digital y las vías de fomento para la producción de contenidos, empobreciendo la grilla y haciéndola menos atractiva para las audiencias.

En este marco, Argentina prorrogó el apagón analógico fijado originalmente en 2019 para 2021 mediante el decreto 173/2019; en tanto que Chile, al cierre de este trabajo, sólo el 14,1 por ciento de las antenas transmisoras habían migrado a digital y el nivel de desconocimiento ascendía al 64 por ciento de la población, de acuerdo con un informe del CNTV (2018b) que sostiene que

los hallazgos sugieren la necesidad de diseñar y ejecutar una campaña de comunicación para incrementar los niveles de conocimiento de la TDT, tanto en la población general, como en grupos específicos donde este desconocimiento es mayor y que son de especial interés para la política pública. En particular, se debe visibilizar la TDT como una mejora de la oferta actual, con múltiples ventajas, y que responde directamente a varias demandas de la audiencia: más diversidad de oferta, mejor calidad de imagen, posibilidad de canales culturales o infantiles. Varios países han intencionado la comunicación, pero también han ofrecido subsidios a televisores o *set top boxes* (STB) en localidades con baja densidad poblacional, generalmente rurales, y a públicos menos tecnologizados, como los adultos mayores. Este estudio identifica segmentos poblacionales que podrían requerir de estas políticas. (CNTV, 2018: 41)

Finalmente, mediante decreto supremo, en 2019 la SUBTEL amplió el plazo de digitalización y estableció etapas, para garantizar un 80 por ciento de cobertura en 2022. Esta prórroga incluye una serie de exigencias que ordenan la migración dentro de los cuatro años siguientes. Entre ellas, exige a las emisoras de televisión el desarrollo de un plan de difusión comunicacional en televisión abierta, a nivel nacional, sobre los avances y beneficios de la implementación de la televisión digital, como modo de responder al gran nivel de desconocimiento que la TDT tiene entre la población.

FIGURA 12. Condiciones de producción sobre las que se inserta la TV alternativa

| CONDICIONES                                                     | ARGENTINA                                                                                                                                                                                                                                                 | CHILE                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Grado de concentración                                          | Muy alta                                                                                                                                                                                                                                                  | Muy alta                                                                                                                                                                                                                                |
| Cobertura de la tdt                                             | 82 % (*)                                                                                                                                                                                                                                                  | 14,1 % (*)                                                                                                                                                                                                                              |
| Tasa de encendido de la TDT                                     | 5 % (**)                                                                                                                                                                                                                                                  | s/d                                                                                                                                                                                                                                     |
| Reconocimiento del sector comunitario                           | “prestadores privados sin fines de lucro”                                                                                                                                                                                                                 | “concesionarios locales de carácter comunitario”                                                                                                                                                                                        |
| Reserva de espectro                                             | 33 % del espectro                                                                                                                                                                                                                                         | 40 % de las locaciones disponibles para regionales, locales y locales comunitarios, y para señales nacionales culturales según criterio del CNTV                                                                                        |
| <i>Must carry</i>                                               | Antes, artículo 65 ley 26.522. Luego del DNU 267/2915: resoluciones 1394/2016 (artículo 12) y 5160/2017 (artículo 1ro): establecen la obligatoriedad de incluir a los licenciatarios de TV abierta dentro del área de cobertura.<br><i>No se cumplen.</i> | Artículo 15 quáter, inciso segundo de la ley 20.750: obligatoriedad de levantar al menos cuatro canales regionales, locales o locales de carácter comunitario en sus respectivas grillas.<br><i>No se cumple.</i>                       |
| Fomento específico para televisoras alternativas y comunitarias | Fondo de Fomento Concursable FOMECA (ley 26.522 artículo 97 inciso f). Líneas de infraestructura y equipamiento para TV y Producción de Informativo Diario para emisoras de TV.<br>Organismo que lo aplica: AFSCA/ENACOM                                  | Fondo CNTV de interés comunitario para producción de contenidos, indistinto para productoras audiovisuales y emisoras.<br>Organismo que lo aplica: CNTV<br>Recientemente: dos ediciones del Fondo FDT. Organismo que lo aplica: SUBTEL. |
| Organizaciones del sector                                       | Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, CONTA, AATECO, FARCO, RNMA                                                                                                                                                                                   | Red de Televisoras Comunitarias y Populares, Asociación de Canales Comunitarios de Chile, Red de Medios de los Pueblos                                                                                                                  |
| Organizaciones de tercer grado                                  | Coalición por una Radiodifusión Democrática InterRedes                                                                                                                                                                                                    | Mesa de Ciudadanía y TV Digital                                                                                                                                                                                                         |
| Desarrollo histórico de la televisión alternativa               | Historia larga desde fines de los 80. Emisoras operativas “hijas” de la emergencia del fenómeno en el pos 2001 y del contexto de debate de la ley 26.522; experiencias jóvenes.                                                                           | Fuerte inserción territorial. Emisoras con más 20 años de aire emitiendo de manera precaria, sin papeles ni fomento, con continuidad.                                                                                                   |

Fuente: Elaboración propia sobre la base del análisis de normativas, testimonios, SINCA, CNTV y Obervacom (2017). (\*) Datos a 2018. (\*\*) Datos a 2017.

## *6.2. Fomento a la televisión comunitaria: infraestructura, equipamiento y realización de contenidos*

Otra de las condiciones de producción sobre las que se desarrollan las televisoras alternativas, populares y comunitarias tiene que ver con el grado de actividad del Estado en torno al impulso de políticas de fomento destinadas a garantizar el ingreso de estos actores al mapa de la comunicación. Pero, si bien los cambios regulatorios en Argentina y Chile buscaron en diferente medida habilitar esa pluralidad de actores, al cabo de casi una década en el primer país, y de un quinquenio en el segundo, se comprueba que los respectivos sistemas de medios no vieron modificada su racionalidad mercantil. Esto dificulta la sostenibilidad de las experiencias, que deben funcionar en escenarios de concentración donde pocas empresas comerciales que acaparan frecuencias y recursos, dejando poco espacio para la multiplicación de las propuestas no lucrativas.

En este apartado nos detendremos en un análisis comparado de las políticas de fomento destinadas a los actores comunitarios a partir de la sanción de las leyes 26.522 en Argentina y 20.750 en Chile. En los capítulos 4.3. y 5.3. estudiamos respectivamente las distintas políticas y programas dependientes de diversos organismos públicos a las cuales accedieron en mayor o menor medida los canales argentinos y chilenos. Estas fuentes de fomento no siempre se dirigen al sector de manera específica, ni mantienen regularidad, ni tienen como meta promover la transición digital o la digitalización de los contenidos de las televisoras. Por eso acá nos interesa comparar en particular los fondos implementados para tal fin por las autoridades de aplicación en ambos países.

En los *Estándares de libertad de expresión para la transición a una televisión digital abierta, diversa, plural e inclusiva*, la RELE de la CIDH sostiene que la regulación sobre la televisión digital no sólo debe incluir al sector comunitario como prestador de derecho, sino también a través de la adopción de “medidas positivas” que aseguren su “subsistencia y desarrollo” (RELE, 2015: 64). Además, citando la “Declaración Conjunta sobre diversidad en la radiodifusión” de 2007, afirma que “se deben adoptar medidas para asegurar que el costo de la transición digital no limite la capacidad de los medios comunitarios para operar”, asegurando la continuidad de los servicios de radiodifusión comunitarios preexistentes a la transición, llamando a considerar

la aprobación de fondos públicos para apoyar el acceso a la infraestructura necesaria para emitir señales digitales, estímulos fiscales o apertura de créditos accesibles y el establecimiento de reglas de *must carry* para que otros titulares de televisión digital o

los operadores de redes de transmisión deban transportar las señales comunitarias, a precios accesibles y no discriminatorios o sin costo. (RELE, 2015: 65 y 66).

La ley argentina es bien clara respecto del fomento, así como del resto de los puntos citados arriba. El artículo 97 inciso f establece la creación de un fondo que destina el 10 por ciento de lo recaudado por gravámenes a los servicios de comunicación audiovisual para colaborar con el desarrollo de los medios comunitarios, de pueblos originarios y de frontera, poniendo especial énfasis en los procesos de digitalización. Las entrevistas a Milcíades Peña (Urbana TeVé), Diego Gusmerini (PAREStv), Daniel Vidal (Canal 4 de Mar de Ajó), Silvana Iovanna Caisson (Giramundo TV), Luciana Lavila y Lucía Maccagno (Barricada TV), dan cuenta de la importancia de este fondo (FOMECA) para garantizar el funcionamiento de las televisoras, y señalan las dificultades que genera la subejecución por parte del organismo que debe aplicarlo (AFSCA/ENACOM), como desarrollamos en extenso en 4.3.<sup>151</sup>

El hecho de que la propia ley y su decreto reglamentario ordenen su creación de manera precisa es un diferencial respecto de las políticas de fomento chilenas, y la acerca más a los estándares de la RELE. La ley 20.750, si bien se refiere al fomento, no es categórica respecto de la creación de fondos específicos para las televisoras comunitarias. Esto impacta sobre el desarrollo de los canales, haciendo más difíciles que en la Argentina sus condiciones de producción. En el artículo 12, la ley de introducción de la televisión digital llama a

promover, financiar o subsidiar la producción, los costos de transmisión o la difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad, así calificados por el mismo Consejo, [...]. Estos recursos deberán ser asignados por el Consejo, previo concurso público en el que podrán participar concesionarias de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción y productores independientes. (Ley 20.750 artículo 12 inciso b)

---

<sup>151</sup> “El desarrollo de las políticas públicas destinadas al financiamiento de los medios sin fin de lucro es uno de los aspectos más destacables que se generaron a partir de la sanción de la Ley. En nuestro caso particular (aunque creo que esto es extensible a la mayoría de las experiencias de comunicación popular) hemos podido equiparnos, hemos podido expandir y adaptar nuestros estudios y nuestras instalaciones y hemos empezado a diseñar un esquema mínimo de salarios gracias a estos subsidios. Esto repercutió de manera notable en la calidad y en cantidad de producción y del trabajo y entendemos que para garantizar la pluralidad de voces y la verdadera democratización del sistema de medios, es necesario que este financiamiento siga existiendo como lo estipula la Ley. Con el cambio de gestión que implicó la llegada al gobierno del macrismo, estas políticas fueron recortadas gravemente. Los fondos están siendo subejecutados y los pagos y aperturas de nuevas líneas están siendo continuamente retrasados”. (Maccagno, entrevista 2018)

Al comparar los fondos Fomeca con los Fondos CNTV de interés comunitario y los fondos FDT de la SUBTEL, en seguida se advierte que el fomento chileno se divide en dos organismos, con criterios diferentes: uno se ocupa de la realización de contenidos, otro de la renovación tecnológica. Luis “Polo” Lillo (Señal 3 La Victoria), reclama sobre este punto una política interministerial capaz de garantizar la transición de las televisoras comunitarias en ese país, tanto desde la adquisición de equipamiento como desde la gestión de una estructura de trabajo que permita sostenerlas (nos detenemos en este punto en los siguientes apartados).

Durante el período estudiado, la AFSCA/ENACOM instrumentó –aún con todas las dilaciones denunciadas- tres ediciones consecutivas de la línea de fomento a la producción de contenidos diarios (Informativo Diario) para emisoras de TV (2015, 2016 y 2017), y otras tres de la línea de Equipamiento e Infraestructura para TV (2015, 2016 y 2017).<sup>152</sup> Los canales postulantes pueden presentar hasta un proyecto en todas las líneas y sub líneas, sin límites en cuanto a las distintas ediciones. Los gravámenes sobre los que se descuenta el porcentaje destinado al Fomeca son anuales, por lo tanto todos los años se deduce el presupuesto que el programa Fomeca tendría para repartir entre diferentes líneas, todas destinadas al sector y a los medios de pueblos originarios y de frontera, de acuerdo a lo estipulado en el artículo 97 inciso f oportunamente citado.

Las líneas que estamos tomando, Infraestructura y Equipamiento para TV y Producción de Contenidos –Informativo diario para emisoras de TV, se destinan de forma exclusiva a canales de televisión con licencia o autorización precaria, dejando de lado a las emisoras preexistentes que emiten sin aval. Esto hace que la brecha entre los canales con título y aquellos que no gozan de este derecho se amplíe, aunque pueden aplicar a otros fondos para la realización de contenidos en formato de microprograma o programas semanales, menores en cuanto a montos y muy limitados respecto al equipamiento a adquirir. También se llevan adelante líneas de gestión destinadas tanto a televisoras como a radios con papeles, reconocimiento o permiso, que permiten solventar gastos administrativos y contables. Al no tener equivalente del otro lado de la Cordillera, no nos detendremos sobre ellos en este apartado, pero cabe destacar que su existencia significa también un diferencial en relación con el fomento chileno (en todo caso podría asimilarse de modo general al programa “Otras instituciones

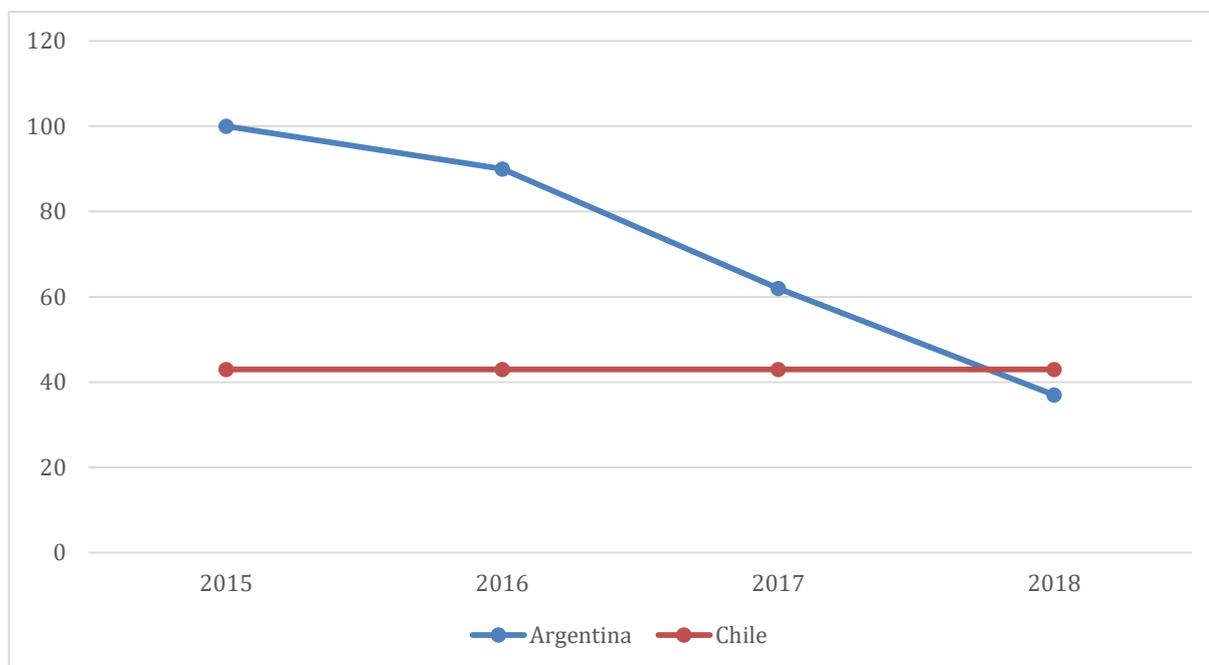
---

<sup>152</sup> La línea de equipamiento se divide en dos sub líneas, una para licenciatarias operadoras con responsabilidad de acarreo, y otra para licenciataria a secas. La primera destina un monto proporcionalmente mayor, debido a que la modalidad operador exige equipamiento para la multiplexación y puesta en el aire de la señal propia y la de terceros, que no cuentan con planta propia. Para la comparación, tomamos los montos de la sub línea operador.

colaboradoras del Estado” del Ministerio de las Culturas, aunque como vimos en el capítulo 5.3., no es específico para medios).

En Chile, los fondos CNTV de Interés Comunitario para realización audiovisual se pusieron en marcha en 2015, en paralelo con las líneas argentinas destinadas a televisoras; pero como señalamos, no son específicos para canales (además, para esa fecha carecían de papeles tanto en analógico como en digital). Es decir que los canales, que para ese momento se encontraban funcionando desde varios años atrás, deben competir con productoras audiovisuales por el mismo presupuesto. Las personas entrevistadas sostienen que muchas veces las productoras comerciales pequeñas se “disfrazan” de comunitarias para acceder a este programa, debido a que sólo deben demostrar un vínculo comprobable con la comunidad y sus bases son mucho más sencillas que las de las otras líneas de este programa, de corte industrial.

FIGURA 13. Evolución del fomento a la producción audiovisual en dólares 2015-2018



*Fuente: Elaboración propia sobre la base de bases y condiciones Fomeca y Fondo CNTV de interés comunitario.*

En este escenario, la edición 2018 del Fondo CNTV de Interés Comunitario no dio ganador a ninguno de los canales alternativos, y la edición 2019 empeoró la situación al unificar entre los destinatarios a los locales comunitarios y a los locales a secas. El Fondo CNTV es el subsidio más importante a la producción televisiva chilena, y está orientado a promover, financiar o subsidiar la producción de programas de alto nivel cultural o de interés nacional o

regional. La línea de interés comunitario está destinada a la realización de series, reportajes o programas conversacionales por un monto máximo de 30 millones de pesos chilenos, lo que representa aproximadamente unos 43 mil dólares estadounidenses. En su primera edición, sin embargo, el monto repartido se redujo a 26 mil dólares, debido a que hubo 17 ganadores y un presupuesto que alcanzaba sólo para la mitad.

Al comparar con su par argentino el fomento destinado en Chile a la realización audiovisual comunitaria, encontramos que el primero en 2015 destinaba más del doble a la producción de un programa diario: los proyectos de 1,3 millón de pesos, a la firma de los convenios en diciembre de 2015, correspondían a unos 100 mil dólares. Sin embargo, al tratarse de una economía inflacionaria con un peso en sistemática devaluación, las ediciones siguientes sufrieron un importante recorte: 90 mil dólares en 2016 (1,6 millón de pesos) y 62 mil dólares en 2017 (2,376 mil pesos). La edición 2018 ya se convocó con un sensible recorte en pesos (1,6 millón); cerrada en febrero del año siguiente y no adjudicada ni anunciados los proyectos ganadores a la fecha de la escritura de este trabajo, representaba al momento actual menos de 37 mil dólares, en una verdadera caída en picada respecto de los montos originales.

El otro fondo chileno comparable con la línea argentina de Equipamiento e Infraestructura es el Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones (FDT), cuyo concurso destinado a subsidiar “sistemas de transmisión para la implementación de la televisión digital terrestre”, aprobado a fines de 2017, estableció tres períodos de postulación, ordenados por zonas geográficas, al que pueden presentarse interesados e interesadas en operar y explotar sistemas televisivos regionales o locales, o locales de carácter comunitario. Son 112 zonas distribuidas en tres llamados, de las cuales sólo 15 son locales comunitarias y en el primer llamado se destinaron a este sector sólo tres: aquellas ubicadas en las zonas de operación de Señal 3, Únetev y Challa TV (Pichilemu TV debió aplicar en la segunda tanda y al cierre de este trabajo aún no había cobrado el subsidio).

El concurso es una ampliación de un fondo preexistente a la migración digital, llamado “Fondo Antenas”, regulado a través de la Ley General de Telecomunicaciones 18.168. El fondo FDT tiene por objeto promover el aumento de la cobertura de servicios de telecomunicaciones, y está destinado a la adquisición del equipamiento básico para la transmisión digital y otros equipos complementarios (como atenuadores, divisores y conectores), considerando los equipos de control y piso (consolas, *switcher* digital, automatizador de video, cámaras, micrófonos, luces, etcétera) como “no esenciales”, dejándolos afuera del subsidio. La presentación exige además tres boletas de garantía: de seriedad de la propuesta, de inicio de las

transmisiones y de fiel cumplimiento de las bases. Estas boletas, como recogimos en el capítulo 5, se financiaron a través de campañas solidarias impulsadas por los canales.

## 2. Zonas de Postulación de Carácter Local Comunitario

### 2.1. Período de Postulación #1

| Zona de Postulación                      | Localidad                           | Región | Comuna                              | Señal Distintiva (Migración análoga-digital) | Subsidio     |
|------------------------------------------|-------------------------------------|--------|-------------------------------------|----------------------------------------------|--------------|
| Arica - 98                               | Arica                               | 15     | Arica                               | No aplica                                    | \$34.321.079 |
| San Joaquín- 99                          | San Joaquín                         | 13     | San Joaquín                         | No aplica                                    | \$34.321.079 |
| Peñaflor, Talagante e Isla de Maipo- 100 | Peñaflor, Talagante e Isla de Maipo | 13     | Peñaflor, Talagante e Isla de Maipo | No aplica                                    | \$34.321.078 |



### 2.2. Período de Postulación #2

| Zona de Postulación | Localidad    | Región       | Comuna       | Señal Distintiva (Migración análoga-digital) | Subsidio     |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|----------------------------------------------|--------------|
| Por definir*- 101   | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |
| Por definir*- 102   | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |
| Por definir*- 103   | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |
| Por definir*- 104   | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |
| Por definir*- 105   | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |
| Por definir*- 106   | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |

### 2.3. Período de Postulación #3

| Zona de Postulación | Localidad    | Región       | Comuna       | Señal Distintiva (Migración análoga-digital) | Subsidio     |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|----------------------------------------------|--------------|
| Por definir* - 107  | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |
| Por definir* - 108  | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |
| Por definir* - 109  | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |
| Por definir* - 110  | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |
| Por definir* - 111  | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |
| Por definir* - 112  | Por definir* | Por definir* | Por definir* | No aplica                                    | \$34.321.078 |



*Copia de la Resolución 07/2017 de la SUBTEL. Bases específicas del concurso FDT.*

Recordemos que las televisoras chilenas nucleadas en la Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile, por gestiones de Señal 3 La Victoria y la SUBTEL, habían acordado con la empresa de soluciones tecnológicas SERCOM la elaboración de las carpetas técnicas para los concursos, de manera gratuita, a cambio de la compra a esta casa del equipamiento necesario para la transmisión digital. Con este acuerdo, que fue una de las piezas clave en la estrategia colectiva de legalización y migración a digital para el caso chileno, la elaboración de las postulaciones al FDT –que integra propuestas técnicas, financieras y de factibilidad-, se derivaron a SERCOM. La tercerización del servicio, si bien permitió completar las aplicaciones en tiempo y forma, postergó la apropiación tecnológica de los canales y el conocimiento fino de las formas de postulación.

El FDT destina a cada proyecto un máximo de 34.530.163 pesos chilenos, lo que representa unos 50 mil dólares: es el monto necesario para adquirir transmisor, potencia, modulador, multiplexor, encoder, filtro de máscara, torre y paneles digitales, más cables, conectores y accesorios. El fondo no permite gastos en infraestructura o de adaptación edilicia de la planta transmisora y los estudios de los canales alternativos, es decir que se limita a la adquisición de los equipos fundamentales de emisión para que los operadores desarrollen las soluciones técnicas correspondientes para poner las señales digitales (propia y de terceros) en la TDT, sin preguntarse por los contenidos a difundir a través del equipamiento ni por las condiciones de funcionamiento de las emisoras. A tono con el debate “técnico” durante los años de debate parlamentario de la ley 20.750, el fondo se limita a resolver puntualmente la transición, desentendiéndose del registro, el armado del piso y la línea de control, que son básicos para el funcionamiento de un canal de televisión que no sea una mera propaladora de programación enlatada.

La ausencia de políticas coordinadas entre las distintas áreas del Estado, como señala Lillo (entrevista 2018), hace evidente aquello que señalaba Raymond Williams acerca de estas tecnologías:

*La radio y la televisión fueron sistemas principalmente concebidos para la transmisión y la recepción, como procesos abstractos, con muy poca o ninguna definición de un contenido previo. [...] Lo que sucedió no fue sólo que la oferta de dispositivos de difusión por ondas precedió la demanda; además, el medio de comunicación precedió su contenido” (Williams, 2011: 39; cursivas del autor).*

En la Argentina, en cambio, el fondo Fomeca para la adquisición de equipamiento comprende también obras de remodelación y adaptación edilicia de las emisoras, y se articula

con otras líneas de fomento destinadas a la realización de contenidos, otorgadas por el mismo organismo (AFSCA/ENACOM). También contiene dos sub líneas, una para operadores con licencia o autorización precaria y otra para licenciarios, por un monto proporcionalmente menor. Es decir que el fondo es mucho más integral que su par chileno, en sintonía con los planteos de la ley 26.522 acerca de los servicios de comunicación audiovisual como actividades “de interés público y trascendencia social”, y del fomento como “parte de las obligaciones del Estado Nacional de salvaguardar el derecho a la información, a la participación, la preservación y el desarrollo del Estado de Derecho, así como los valores de la libertad de expresión”, según establece la resolución 998/2015 de llamado a la primera edición de la línea de Infraestructura y Equipamiento para emisoras de TV.

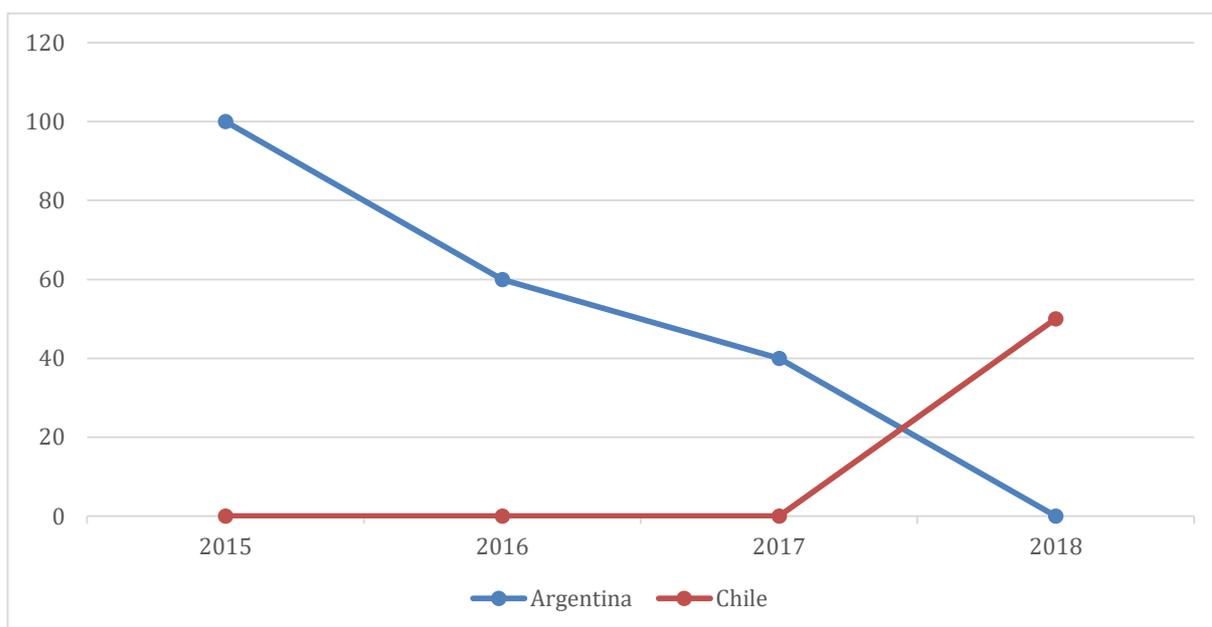
Barricada TV no hubiese llegado a la situación actual sin políticas de fomento que posibilitaron el crecimiento de la infraestructura del canal y la incorporación de tecnología. El financiamiento, talón de Aquiles de los medios alternativos, se convierte en un desafío enorme para la continuidad. En un contexto regresivo en términos de derechos para la sociedad en general, el sector tiene el mismo tratamiento que otros ámbitos, y los marcos normativos y posibilidades de reconocimiento se restringen fuertemente. Sin dudas, considero que tenemos que construir otros puentes de financiación que den lugar a cierta autonomía respecto del fomento del Estado, pero la realidad es que esto se puede lograr con una pantalla con llegada efectiva, sin obstáculos y restricciones. Disponer de políticas de fomento es, para nosotros, tener las posibilidades reales de crecer y equiparnos. Es una forma de reconocimiento por parte del Estado, dando la oportunidad de tener un mayor número de producciones y de mejor calidad, y de fortalecer al sector frente a la industria concentrada, históricamente favorecidas. (Lavila, entrevista 2018)



*Estudios de PAREStv, el canal de Luján.*

Las características del Fomeca ubican a esta política en un lugar destacado en relación al cumplimiento de los estándares sobre libertad de expresión aprobados por los órganos del Sistema Interamericano de Derechos Humanos. Un mismo organismo gestiona recursos instituidos por ley y destinados a los actores comunitarios de manera específica, atendiendo a través de sus diferentes líneas los múltiples aspectos del desarrollo de los medios comunitarios: la gestión, los contenidos, el equipamiento, la infraestructura, la inserción. En contraste, Chile divide el fomento en dos entidades principales (el CNTV para contenidos, la SUBTEL para equipamiento); de ellas sólo una se dirige específicamente a los canales comunitarios y se concentra en las soluciones tecnológicas para la implementación de la televisión digital, sin atender los aspectos socioculturales que involucran el desarrollo de la práctica alternativa.

**FIGURA 14. Evolución del fomento para equipamiento digital en dólares 2015-2018**



*Fuente: Elaboración propia sobre la base de bases y condiciones Fomeca y Fondo FDT.*

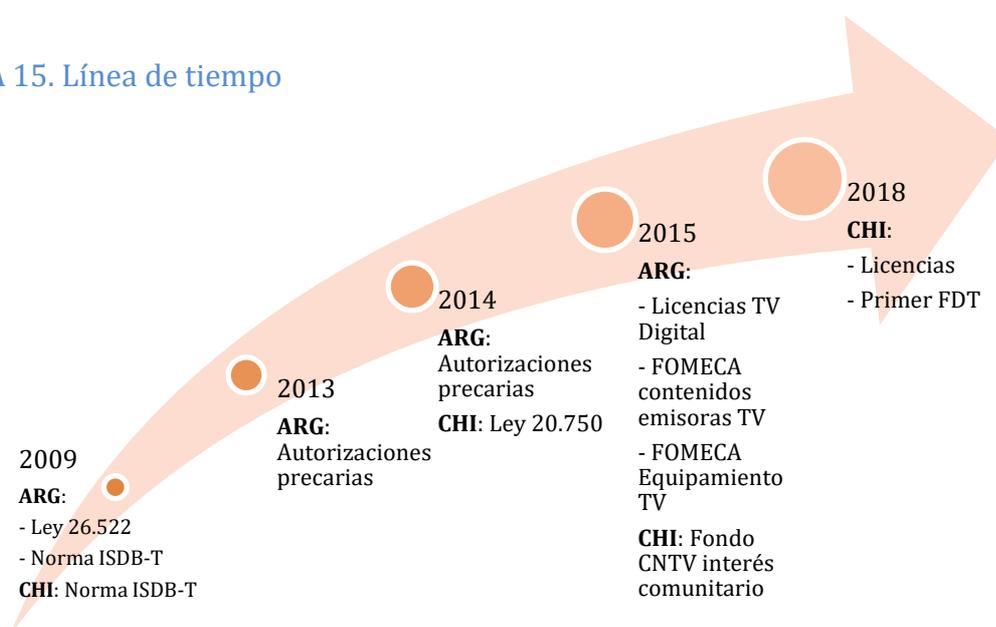
No obstante, la subejecución de los fondos Fomeca y su instrumentación tardía, sumada a las dificultades burocráticas, conspiran contra su alcance: como sucede con las líneas destinadas a la producción de contenidos audiovisuales, los montos concursables para Equipamiento e Infraestructura perdieron poder adquisitivo de manera significativa desde su primera edición, en 2015. En este llamado original, el monto concursable por proyecto fue por un monto máximo para operadores de 1,3 millón de pesos (poco más de 100 mil dólares al tipo de cambio a la fecha de firma del convenio). En 2016 este monto bajó a 1 millón de pesos, representando 60 mil dólares, y en 2017 el monto máximo se estableció en 1,7 millón de pesos,

aunque a la fecha de cierre de este trabajo (junio 2019) aún no se habían realizado los correspondientes desembolsos, que a la cotización actual corresponderían a unos 40 mil dólares estadounidenses. La línea 2018 directamente no se abrió; tampoco la 2019.

Por último: tanto la línea Fomeca de equipamiento como el fondo FDT chileno se convocaron al momento de entrega de las primeras autorizaciones precarias y/o licencias. Los fondos del CNTV de Interés Comunitario se abrieron en 2015, un año después de la sanción de la ley de introducción de la televisión digital; en tanto que su par argentino (microprogramas y programas semanales) se instrumentó cuatro años después de la aprobación de la norma, y las líneas específicas para programas diarios destinadas a emisoras de TV con la adjudicación de las licencias, seis años después. En ambos países, la norma técnica de la TV digital se aprobó mediante decreto en 2009. Esto muestra que en Argentina, entre la adopción del estándar ISDB-T y la adjudicación de las primeras licencias pasaron seis años, mientras que en Chile el proceso fue más largo, demorando nueve años en otorgar las primeras concesiones.

Los títulos legales suponen un diferencial clave respecto de otros medios comunitarios que emiten sin este aval. En los resultados, la licencia se convierte en uno de los elementos fundamentales para que las experiencias puedan crecer y transitar exitosamente a digital, aplicando a las vías de fomento más importantes que les permiten contestar a las obligaciones asumidas frente al Estado junto con la legalización. La figura de las productoras audiovisuales puede ampliar los destinatarios a ambos lados de la Cordillera, sumando a aquellas experiencias que carecen de encuadre legal, aunque los montos son mucho más bajos. Aunque en el caso chileno esto afecta la evolución de los canales, que tienen menos vías de fomento específicas que en Argentina.

FIGURA 15. Línea de tiempo



*Elaboración propia sobre la base de leyes, autorizaciones, licencias y fomento en Argentina y Chile.*

### *6.3. Dimensión política, institucional y social: modos de intervención y estrategias para alcanzar la legalidad*

Como se desarrolló en los capítulos 4 y 5, los colectivos que impulsan los canales se definen dentro del haz conceptual de la comunicación alternativa, popular y comunitaria. Ninguno se reconoce como organización sin fines de lucro ni como organización del tercer sector. De acuerdo con los testimonios y con los datos relevados, son “trabajadores y trabajadoras de prensa”, “militantes”, “comunicadores y comunicadoras populares”, “comunicadores y comunicadoras sociales”; estas conceptualizaciones se repiten de manera similar entre quienes llevan adelante las televisoras en Argentina y Chile. Encuentran modelos de inspiración en otras emisoras contemporáneas con las cuales comparten la pelea por la legalización, o en las experiencias de los países vecinos: Argentina y Venezuela en el caso de Chile, Venezuela en el caso de Argentina, pero también aparecen referencias a la historia larga de la alternatividad, como las radios mineras bolivianas, las radios guerrilleras salvadoreñas, las experiencias de Rodolfo Walsh en Argentina y de la cubana Prensa Latina.

Sus objetivos son, entre otros, acompañar y expresar las luchas de su comunidad por la tierra y la vivienda (Urbana TeVé, Señal 3 La Victoria, TV8 Peñalolén); funcionar como herramienta de las organizaciones sociales y políticas populares, o como instrumento de transformación social (Barricada TV, Giramundo, Antena Negra, Señal 3 La Victoria, Challa TV, TV8 Peñalolén); desarrollar contenidos comunitarios y de identidad de la zona o la región (PAREStv, Pichilemu TV, Proa Centro, ENTV, El 3 de Conce, Únetev); promover articulaciones entre organizaciones e instituciones locales (ENTV, Canal 4 de Mar de Ajó, Giramundo, Barricada TV, Señal 3 La Victoria, TV8 Peñalolén, Challa TV, Pichilemu TV, El 3 de Conce); habilitar trayectorias profesionales autogestivas (PAREStv, Barricada TV, Canal 4 de Mar de Ajó, Únetev, Proa Centro, Pichilemu TV); expresar demandas y conflictos sociales (todos); y vehiculizar una televisión política y social de izquierda (Señal 3 La Victoria, El 3 de Conce, Challa TV).

El encuadre asociativo ofrece matices, producto de su ordenamiento en ambos países. En Chile, las televisoras se organizan en agrupaciones audiovisualistas, centros para el desarrollo comunal, redes de trabajadores/as audiovisualistas y centros culturales. La ley 20.750 establece en el artículo 15 ter que pueden ser concesionarios locales de carácter comunitario las juntas de vecinos y demás organizaciones comunitarias constituidas en conformidad a la ley 19.418, las comunidades agrícolas y las comunidades y asociaciones indígenas, entre otras. En Argentina, los canales se reparten entre asociaciones civiles y cooperativas de trabajo, cuyas

personerías jurídicas son otorgadas por la Inspección General de Justicia (IGJ) y por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), respectivamente. La decisión de la herramienta legal para funcionar tiene impacto sobre las vías de fomento, ya que las cooperativas pueden aplicar a líneas en diversos organismos que excluyen a las asociaciones civiles (por ejemplo, los fondos Sepyme a los que accedieron PAREStv y Canal 4 de Mar de Ajó), pero a partir de 2016 comenzaron a registrar ante los fondos FOMECA mayores dificultades por el descuento del impuesto al valor agregado en las rendiciones.

Respecto al perfil sociocultural de los emisores/as, los datos recolectados muestran la participación en los canales de personas autodidactas; militantes, integrantes de otros medios comunitarios; trabajadores y trabajadoras en general, de la industria audiovisual y de la educación; profesionales con formación universitaria en carreras de comunicación, cine e imagen; estudiantes; vecinos y vecinas de las comunidades donde los medios se insertan; periodistas y documentalistas; y televidentes que se acercan a participar luego de sintonizar las emisoras. Esta composición heterogénea permite la interacción entre personas formadas en lenguaje audiovisual y personas en formación, o que “aprenden en la práctica”. En ambos países se comprueba la participación de entre 10 y 25 personas, con presencia activa de integrantes con saberes específicos, capaces de “socializar saberes”.

Dentro de esto, se destaca en algunos casos la formación del medio como alternativa profesional. PAREStv se desarrolló como espacio de producción para trabajadores/as del audiovisual que se “resistían a ir a trabajar en Buenos Aires” (Gusmerini, entrevista 2018); en tanto que Proa Centro y Canal 4 de Mar de Ajó surgieron como posibilidad de desarrollo profesional para comunicadores/as sociales y productores/as audiovisuales:

Yo tenía una amiga que me dice “che ¿por qué no armamos una cooperativa?” Ella *labura* en audiovisual, en algunas productoras; yo *laburaba* en Endemol y era camarógrafo y también hacía documentales por mi cuenta, trabajos sociales o de edición, y así tenía muchos amigos que *laburaban* en esto y claro, era ir a *laburar* en una película, en un programa de televisión y cada uno en la suya [...] “¿Por qué no hacemos una cooperativa de producción audiovisual?” Y la pensamos como una institución en la cual podemos juntar un montón de fuerzas y esforzarnos para obtener concursos en el INCAA. (Vidal, entrevista 2018)

Esto también se observa en Barricada TV, no como definición de origen pero sí como resultado de la experiencia de la televisora, unificando objetivos políticos y profesionalización de la pantalla, y en Pichilemu TV de Chile, donde las recientes concesiones comienzan a reordenar el funcionamiento de los canales en respuesta a las nuevas exigencias. En ambos

países, la intervención de camarógrafos/as, sonidistas y realizadores/as profesionales permite poner en común el conocimiento que aporta a la construcción de la pantalla de cada canal; así como también la articulación con organizaciones e instituciones a través de convenios de capacitación y acuerdos políticos, que componen un marco de apoyo y soporte clave para los canales en el proceso de legalización y constituyen una de las estrategias más destacadas.

En este sentido, las entrevistas dan cuenta de la importancia asignada a la inserción comunitaria (principalmente a través de articulaciones con instituciones de enseñanza inicial y media de la zona, y con las universidades), y la vinculación con organizaciones políticas, sociales y sindicales que tienen presencia en el territorio o con las que mantienen marcos comunes de referencia, que se repiten con recurrencia en todos los casos:

Tenemos muchos vínculos con organizaciones políticas y sociales, en función de los casi 10 años que tiene Giramundo en el aire y trabajo en la calle y territorial. Son relaciones con organizaciones educativas, escuelas del barrio, [...] son todas escuelas de educación pública, primaria o secundaria. También con la Universidad Nacional de Cuyo, con la carrera Comunicación Social, el año pasado y el anteaño trabajamos con la carrera de Diseño Escenográfico, ahí hicimos un convenio de prácticas para los estudiantes y ahora con la tecnicatura en Producción Audiovisual de la misma universidad. Después, tenemos vínculos con organizaciones gremiales; sindicatos, sindicato de televisión, sindicato docente, ATE en algunas oportunidades, sindicato de prensa. También en un momento se trabajó mucho con Aceiteros y con la CTEP; con el FOL, que es el Frente de Organizaciones en Lucha que está en la casita colectiva y que con ellos se comparten algunas coberturas y sobre todo el espacio físico. (Iovanna, Giramundo TV, entrevista 2018)

Por otra parte, en las televisoras donde el eje está puesto en un modelo de expresión de demandas territoriales e inserción barrial, contra la marginación social y de clase y contra la construcción de estereotipos, hay mayor participación de pobladores y pobladoras. Esto es visible en la conceptualización del hacer de las emisoras en el marco de la lucha por la urbanización de la Villa 31 en Urbana TeVé (Peña, entrevista 2018);<sup>153</sup> la organización contra el sistema neoliberal entre las poblaciones marginadas de Arica en Challa TV (Garrido, entrevista 2018), y la resistencia y la ocupación histórica de terrenos en los casos de Señal 3 y TV8 Peñalolén. Pero en las experiencias chilenas respecto de la argentina se agrega la noción

---

<sup>153</sup> Urbana TeVé es “un lugar de capacitación, formación y expresión para los vecinos de la Villa 31. Urbana es un medio que visibiliza y ayuda a visibilizar las temáticas de los barrios vulnerables de CABA. Su identidad está fuertemente ligada a la lucha por la urbanización e integración de la Villa 31 (en la que habitan aproximadamente 70.000 personas) a la traza de la Ciudad. El canal nació con la idea de construir una comunicación que exprese y exponga lo que sucede en el barrio, desde sus luchas hasta su producción cultural, con una mirada local, no con aquella con la que habitualmente es mostrada la villa desde un ‘afuera cargado de preconcepciones y/o estigmatizaciones’”. Urbana TeVé, hoja de datos, s/f.

“militante” y el componente identitario se ubica en la izquierda (Lillo, entrevista 2018; León, entrevista 2018).

Esta última definición acerca la práctica de Señal 3, TV8 y Challa TV a las definiciones encontradas –con matices-, en Barricada TV, Giramundo y Antena Negra, y conecta con las experiencias argentinas previas de la Televisión Piquetera. Se trata un modelo de intervención político comunicacional donde el componente urbano, la presencia militante y los objetivos políticos están enfatizados, tanto desde las nociones de autogestión (BTV) como desde el movimiento social (Giramundo) y la contracultura (Antena Negra). Challa TV y Oveja TV (fusionada en Únetev), y en parte El 3 de Conce, pueden leerse también dentro de este modelo, orientado desde distintas perspectivas políticas; así como la lectura del medio como instrumento dentro de un proyecto político mayor unifica las experiencias de Barricada TV, Señal 3 y TV8 dentro de un mismo matiz conceptual.

El objetivo es aportar a la construcción de una nueva subjetividad, de un nuevo sentido común. No hacemos televisión solo por gusto o por concretar un sueño individual de realización audiovisual. El medio no es un fin en este caso sino que buscamos construir una herramienta que sea útil y que esté al servicio de la construcción de una sociedad justa para todos y todas. (Maccagno, Barricada TV, entrevista 2018)

Somos todos vecinos, todos tenemos una historia y a partir de esa historia construimos el instrumento, o sea el instrumento es una consecuencia de una historia también. [...] Tenemos una historia de haber estado en movimientos sociales, de que los movimientos sociales fueron súper fuertes, quizás en los años 80, donde nosotros no teníamos el instrumento pero sí teníamos una convicción y esa convicción hoy día se traduce en cómo suplimos ciertas necesidades o carencias que nosotros vemos, que no solamente están en los partidos o en las organizaciones sociales, sino también en los medios que incomunican a la gente. La incomunicación es un instrumento súper poderoso que tiene el sistema, por lo tanto nosotros volvemos a comunicar y volvemos a comunicarnos entre nosotros. (Madariaga, TV8 Peñalolén, entrevista 2018)

En los canales más alejados de los centros administrativos nacionales se comprueban otras similitudes. Estas refieren al trabajo de visibilización de la realidad local o regional, sus instituciones, costumbres, cultura, deportes y tradiciones comunitarias. Podemos definir este modelo como anclado en el desarrollo cultural comunitario en un sentido geográfico ampliado. Se trata de ciudades con una construcción identitaria fuerte y una demanda por parte de las audiencias de contenidos locales y de la reivindicación del patrimonio regional, que ni la televisión abierta nacional ni las cableoperadoras brindan, manifestándose una zona de vacancia en la prestación de un servicio social.

Dentro de este modelo encontramos canales que han logrado desarrollar planes de gestión que –como ya se apuntó- les permiten constituirse como espacios de crecimiento profesional colectivo. Son ejemplares los casos de Pichilemu TV (Giovanni Morales es audiovisualista, Paula Gálvez es diseñadora de indumentaria), y PAREStv (cuyos integrantes son documentalistas y periodistas). Podemos ubicar también, en parte, los proyectos de Únetev (los integrantes que llegan a la emisora desde Tala TV son realizadores/as audiovisuales y se proponen una televisión regional, de “rescate patrimonial”), ENTV (“somos el único canal de televisión abierta de la Comarca”), y Proa Centro (que comparte la tarea con el desarrollo de la profesión documental y se centra en la idea de “televisión serrana”).

Asimismo, Pichilemu TV y PAREStv impulsan estrategias de inserción en la localidad y formas de relación institucional y de asociación con otras emisoras muy similares. Ambas experiencias iniciaron sus recorridos con la realización de programas de noticias locales y regionales en el cable; en el caso del canal costero de Chile, la crisis de su modelo de sostenibilidad económica fue una oportunidad para repensar formas de funcionamiento y objetivos, llevando a la construcción del canal y a dar un “giro comunitario”, como desarrollamos en el capítulo 5. Es decir que fue la propia práctica la que condujo el desplazamiento de un proyecto local comercial hacia un proyecto comunitario de desarrollo local, vía encuentro con Señal 3, logrando levantar una emisora capaz de sostener retribuciones por trabajo (volveremos sobre esto en el próximo apartado).

A pesar de las diferencias entre los canales (políticas, de concepción, de funcionamiento) y los modelos que expresan (que también dan cuenta de las distintas formas de relacionar comunicación y política), la confluencia en organizaciones de segundo grado en cada uno de los países les permitió ampliar sus condiciones de posibilidad en la pelea por alcanzar la legalización, teniendo en cuenta los escenarios de dificultad que desarrollamos en los apartados anteriores. La información recabada da cuenta de un principio general que se manifiesta a ambos lados de la Cordillera: la confluencia en coordinaciones de carácter gremial y reivindicativo favoreció las gestiones con el Estado, permitió seguir los cambios normativos en detalle, ayudó a abordar la comprensión de la renovación tecnológica, facilitó la participación en audiencias públicas y la aplicación a fondos de fomento; potenció la capacidad de movilización de los canales, permitió articular y compartir contenidos, etcétera.

En Chile, el vínculo entre Señal 3 La Victoria y Pichilemu TV –los canales con más años de trayectoria en el aire en ese país-, está en la base de la maduración del movimiento de TV comunitaria. La creación de la Red de Televisoras Populares y Comunitarias (RTP) fue clave para la difusión del fenómeno y su multiplicación, con el impulso de una escuela de

formación y con la circulación de un transmisor que permitió a diferentes colectivos “probar” la tecnología televisiva y hacer crecer el fenómeno, como reconocen en las entrevistas Challa TV, El 3 de Conce y Únetev. A través de la RTP, los canales participaron de la Mesa de Ciudadanía y TV Digital, desarrollando una estrategia de visibilización de las emisoras como forma de participación en los debates sobre la introducción de la televisión digital terrestre.

En su libro *TV Digital en Chile. Políticas públicas y democracia*, Chiara Sáez Baeza sistematiza las estrategias impulsadas por el grupo comunitario en el marco del debate parlamentario, y remarca que pese a ciertas limitaciones (como un conocimiento general acerca de la transición digital –cuando todavía la migración no había comenzado), los canales impulsaron acciones de legitimación que más tarde fueron fundamentales para el llamado a las primeras concesiones. La investigadora cita la presentación de una carta dirigida a la entonces presidenta Michelle Bachelet solicitándole una entrevista; la elaboración de un documento con enmiendas al proyecto de ley, entregado a la SUBTEL y a la secretaría general de gobierno; la solicitud de participación en las audiencias públicas realizadas en el Parlamento, que no fueron escuchadas;<sup>154</sup> el registro audiovisual de importantes figuras manifestándose a favor de las televisoras comunitarias (entre ellas nada menos que Bachelet, su ministro de Transporte y Telecomunicaciones, el subsecretario de la SUBTEL y el vicepresidente del CNTV); y el lanzamiento de una Escuela de Comunicación Popular y Televisión (Sáez Baeza, 2014: 56-57).

Luego las emisoras crearon la Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile, que representó los intereses de los canales comunitarios frente al CNTV y la SUBTEL. Esta segunda instancia les permitió intervenir desde una posición más organizada, como modo de enfrentar la subestimación y secundarización que la comunicación alternativa, popular y comunitaria suele sufrir de parte de los actores estatales y del mercado. En este contexto las emisoras lograron, luego de mucha presión, una línea para organizaciones comunitarias dentro de los fondos CNTV; también pusieron su acumulado sobre la mesa, mostrando el reconocimiento logrado entre sus bases sociales, hasta lograr que los primeros llamados a concursos realizados por el CNTV contemplaran concesiones locales de carácter comunitario. Es decir que en la estrategia de legalización chilena, la conformación de organizaciones de segundo grado fue crucial, a lo que se suman las experiencias particulares como la estrategia

---

<sup>154</sup> “A mí me invitaron cuando la presidenta Bachelet firmó la ley y después me des invitaron ese mismo día, porque yo dije por teléfono que me iba a ir a manifestar al otro día a la Moneda, que no iba a aguantar que nos vengán a basurear o subirse al carro de la victoria de alguien que no había hecho nada por las televisiones comunitarias y que de los 20 o 21 puntos que nosotros habíamos demandado no nos habían pescado, en la ley, ni siquiera uno; entonces al otro día me llaman, a las 8 de la mañana, y me des invitan [risas], diciéndome que lamentablemente me habían retirado mi invitación”. (Lillo, entrevista 2018)

asociativa entre las emisoras de Talagante, Peñaflor e Isla de Maipo para aplicar a una única licencia a ser trabajada de manera colectiva, dando lugar a Únetev.

En la Argentina se dio un proceso similar, aunque su reunión en una organización común demoró más tiempo que en Chile. Los canales comenzaron la tarea desde diferentes espacios: PAREStv, Urbana TeVé, Proa Centro y Canal 4 de Mar de Ajó arrancaron el camino a través de su participación en AATECO, donde se conocieron (hoy sólo permanece en esa asociación la televisora cordobesa); Antena Negra y Giramundo lo hicieron desde la RNMA, cuya línea se centró en las denuncias de interferencias y en la movilización callejera; y Barricada TV desde el Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias, cuya acción se centró en la denuncia, la movilización y la visibilización de las demandas de los canales a través del registro en video de declaraciones de referentes sociales, culturales, políticos y sindicales en favor de la legalización del sector.<sup>155</sup>

La formación de CONTA se produce después de las autorizaciones precarias resueltas por la AFSCA en 2013 y 2014 (Barricada TV logró ese papel luego de una amplia concentración frente al organismo); esta herramienta permitió el encuentro de la mayoría de los canales comunitarios que lograron mantener la emisión de manera regular, con el horizonte puesto en la legalización y en una inminente digitalización.<sup>156</sup> La capacidad de articulación de PAREStv y el ejercicio de movilización de Barricada TV se potenciaron mutuamente, haciendo sistemática la práctica de “golpear puertas” y transmitir las demandas de los canales a los funcionarios y funcionarias. En este marco las televisoras compartieron saberes que permitieron atravesar mejor la “burocracia de los papeles”, plantearon posiciones acerca de la elaboración de pliegos destinados al sector, y se apoyaron mutuamente a la hora de concursar y digitalizar.

Los distintos espacios de pertenencia trazaron los marcos desde donde las emisoras se posicionaron respecto de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su aplicación, y orientaron sus acciones de cara a la ocupación de la reserva del 33 por ciento para las emisoras sin fines de lucro. Antena Negra y Giramundo pusieron el acento en las constantes interferencias a los canales y radios comunitarias por parte de los actores comerciales, y en la ausencia de un plan técnico de frecuencias. Al publicarse en 2015 la resolución 39 mediante la

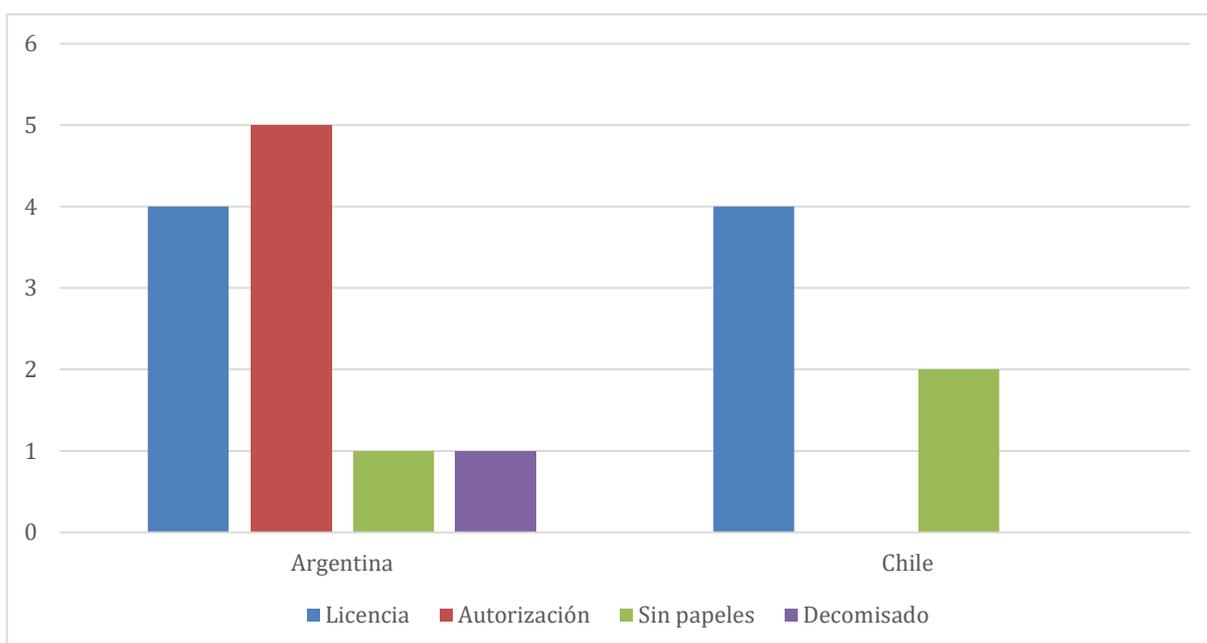
---

<sup>155</sup> ENTV es posterior a este momento; su vínculo originario con Radio Encuentro, de donde surge, la ubica dentro de FARCO.

<sup>156</sup> De acuerdo con Daniel Vidal, director de Canal 4 de Mar de Ajó, “hasta que existiera CONTA había como un vacío de entidades que agruparan canales comunitarios, alternativos y populares. Entonces en un principio formamos parte de AATECO [...]. Yo lo que veía ahí era que había algunas pymes y algunos canales comunitarios; había un marco de referencia mínimo. [...] Después, y en algún punto me parece que se evidenció, es que el fin de lo que quería un canal comunitario no es el mismo que lo que quiere un canal pyme”. (Vidal, entrevista 2018)

cual la ASFCA llamaba a concursos públicos para la adjudicación de licencias en televisión digital, la primera consideró que el llamado limitaba la experiencia alternativa a la baja potencia, por la categoría a concursar, y reclamó –mediante una nota presentada al organismo– la apertura de un concurso para prestadores sin fines de lucro en una categoría más alta. En ese momento, sus integrantes sostenían que la ley 26.522 “hace agua por muchísimos lados”, y que hasta que “no se haga el plan técnico para que se cumpla el 33 por ciento para los medios comunitarios según la ley, nosotros tenemos que transmitir”.<sup>157</sup>

FIGURA 16. Encuadre legal de los canales de la muestra



Como se desarrolló en el capítulo 4, el caso de Antena Negra señala las debilidades en la aplicación de la ley audiovisual. Saliendo en digital con un transmisor artesanal y sin papeles, desde una posición de extrema debilidad, enfrentó un allanamiento y dos decomisos, uno de ellos violento. Giramundo, por su parte, enfrentó dificultades en la gestión de la relación con la AFSCA (sobre este punto, Iovanna resalta la desigualdad en el tratamiento al sector entre el organismo central y las delegaciones en las provincias), y aunque mantuvo numerosas reuniones y el compromiso de palabra sobre un permiso precario y un futuro concurso con los funcionarios del período a cargo de Martín Sabbatella, ninguno de estos se concretó. Finalmente, esta emisora pasó a formar parte de CONTA junto con PARES, Barricada, Urbana TeVé, Canal 4 de Mar de Ajó y Proa Centro.

<sup>157</sup> <http://eterdigital.com.ar/luego-del-allanamiento-integrantes-de-antena-negra-tv-visitaron-eter/>

En el terreno de las estrategias desplegadas para alcanzar la legalización también se destacan las articulaciones con instituciones públicas. De acuerdo con los testimonios recabados, en la Argentina una de las más valoradas es la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Creada por la ley 26.522, este organismo tiene como función defender los derechos de las audiencias, y en este marco incorporó –activamente hasta su intervención en 2018- la promoción de los medios comunitarios desde la perspectiva de los derechos. De este modo, la Defensoría asesoró legalmente a las televisoras nucleadas en CONTA en temas relacionados con las habilitaciones, la televisación del fútbol en el caso de PAREStv, la interferencia de Canal 13 sobre Barricada TV y Urbana TeVé y la demanda de ingreso a la grilla del cable; y acompañó a Antena Negra en la defensa del derecho a la libertad de expresión.

Asimismo, facilitó el trabajo de articulación con otras instituciones públicas estatales para el desarrollo y la difusión de contenidos, impulsando la firma de un convenio para disponer de acceso al banco audiovisual BACUA; o para la realización de contenidos como el programa *Hora Libre TV*, que se impulsa a través de una sinergia entre el organismo, el Programa REC dependiente del ministerio de Educación del gobierno porteño, Barricada TV y las escuelas públicas de la Ciudad. El mismo programa se llevó adelante con actores de Mendoza, en un trabajo conjunto con Giramundo TV.

La Defensoría también coordinó con CONTA cursos de capacitación para los canales, que fueron desde el diseño de las identidades y artísticas de las emisoras hasta el manejo de lenguaje no sexista y la protección de los derechos de niñas, niños y adolescentes. Estas capacitaciones, realizadas en las sedes de los canales y de otros medios comunitarios, se llevaron adelante en diversas ciudades del país. Del mismo modo promovió encuentros entre las televisoras y las sociedades gestoras de derechos, para regularizar las situaciones de los canales comprendiendo la naturaleza de los actores comunitarios dentro del mapa de la comunicación.

El soporte que esta articulación brindó en el marco de las estrategias de legalización de las emisoras no tiene equivalente en Chile, donde el rol de capacitación y reflexión recae centralmente sobre la Universidad en general, y en Santiago sobre el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, con presencia activa en TV8 Peñalolén y en Señal 3 La Victoria. En efecto, encontramos que la Universidad como institución tiene vínculos sin excepción con todos los canales en ambos países, según muestran los datos recolectados. Ya sea vía capacitación, formación de sus integrantes, aporte al desarrollo de programas, sistema de prácticas pre profesionales o de diagnóstico sobre las organizaciones

comunitarias, o en el marco del desarrollo de proyectos de investigación (e investigación acción). Esto se relaciona, a su vez, con la revitalización de la producción de conocimientos sobre comunicación alternativa que se produjo con el cambio de milenio, y que desarrollamos dentro del capítulo 2.

En Viedma, ENTV “abrió los convenios con productoras regionales” y con “institutos de formación en cine y artes audiovisuales de la Patagonia (IUPA, UNRN, ENERC, etc.)” (Cabral, entrevista 2018). Canal 4 Mar de Ajó y PAREStv participaron del programa Polos Audiovisuales, donde articularon con universidades nacionales. Señal 3 La Victoria abrió las puertas a los y las estudiantes para la realización de “prácticas profesionales; ahora estamos con un muchacho que es sonidista que hizo su práctica profesional acá y se quedó trabajando con nosotros” (Lillo, entrevista 2018). Sin embargo, la relación no está exenta de cortocircuitos:

Nosotros llevamos 21 años haciendo comunicación y no puedo ir a dar una charla a la universidad porque no tengo mi título honoris causa [risas], o no tengo mi título pagado por cinco años o seis años en la Universidad. Nosotros lo más bien podríamos estar en la Universidad dando charlas y haciendo clases en términos de comunicación popular, pero no te llaman porque tú no tienes el título de profesor. (Lillo, 2018)

Aquí hay poca educación, los chicos salen hasta 4to medio y no tienen muchas veces oportunidades de llegar a la Universidad. Sólo el 17 por ciento de los chicos de la provincia son los que tienen la posibilidad de salir a profesionalizar lo que quieren estudiar y eso habla de un país también poco desarrollado, socialmente. Se ve mucha riqueza, se ve mucho todo, mucho acceso a la tecnología, mucho acceso al bien material, pero muchas veces falta esa política social, de pensar más en la necesidades de verdad, entonces ahí es cuando uno les recrimina a los políticos. (Gálvez, 2018)

Como se advierte, los modos de intervención de la televisión alternativa en Argentina y Chile muestran más recurrencias que variaciones. Entre estas últimas, la más importante es la capacidad del sector comunitario argentino de realizar manifestaciones callejeras, articuladas con organizaciones sociales, políticas, sindicales y estudiantiles, para garantizar el cumplimiento de sus demandas; pero las emisoras chilenas cuentan con más años de aire, hecho que también se pone en juego como acumulado social y mecanismo de presión en la relación con el CNTV y la SUBTEL. Según Lucía Maccagno, “sacar el reclamo a la calle implicó rodear nuestra lucha de la solidaridad de aquellas organizaciones y movimientos que acompañan el proyecto, y no restringir el reclamo al aspecto meramente comunicacional para hacerlo político” (Barricada TV, entrevista 2018). Para Adrián Leal, de Únetev, “esto marca una diferencia con Argentina, que tiene la capacidad de movilización” (entrevista, 2018).

También existen variaciones respecto de los espacios de organización. Aunque el caso chileno tiene más años de ejercicio que el argentino, éste último ha logrado construir herramientas más amplias, capaces de unificar los distintos soportes comunicacionales en un espacio común: CONTA confluye en InterRedes, una coordinadora unitaria de carácter nacional que nuclea a las diferentes redes de medios comunitarios del país con demandas compartidas, lo cual fortalece al sector y le permite una mayor convocatoria a la hora de manifestarse en la calle o frente a la sede del regulador en demanda de la apertura de concursos, contra el cierre de emisoras o en defensa de los fondos Fomeca, por su mantenimiento y profundización.

Si bien en ambos casos existen alianzas o coaliciones que reúnen a las televisoras con especialistas, académicos y otros sectores comunitarios y ciudadanos (la Coalición en la Argentina, la Mesa de Ciudadanía y TV Digital en Chile), en el primero la reunión en InterRedes es un diferencial debido a su capacidad de intervención gremial de los medios alternativos y comunitarios en conjunto frente al organismo de aplicación, en tanto que estas articulaciones no tienen lugar en el segundo país. Cabe destacar que la ley chilena es específicamente para televisión, al igual que los fondos del CNTV; mientras que la ley argentina incluye también a la radio, y los fondos Fomeca, según la línea, se dirigen a canales, radios y productoras.

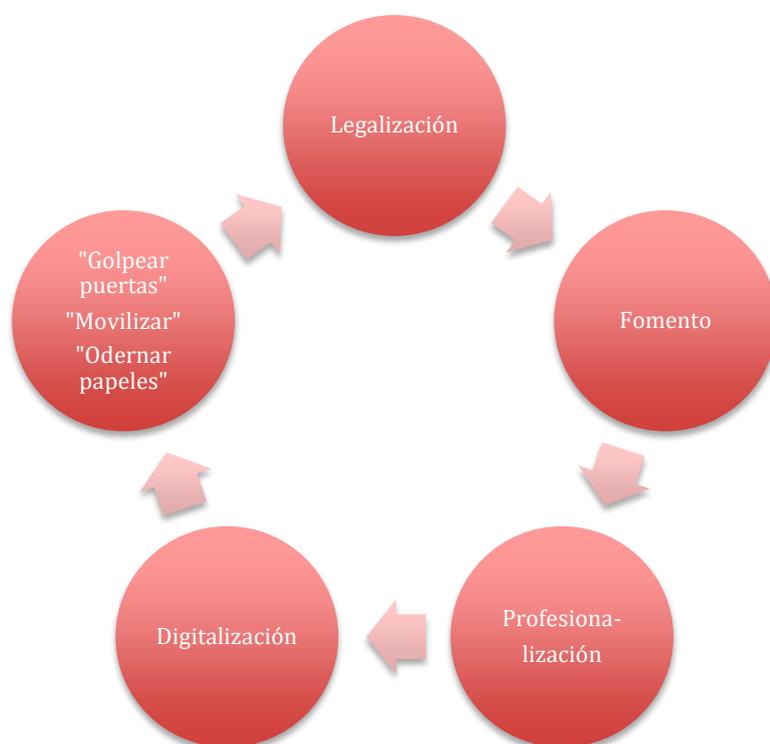
Como contrapartida, los años de trabajo conjunto de los canales en Chile permiten una dinámica mayor de debate interno. Las escuelas de televisión popular, por su sostenimiento y poder de convocatoria a través de los años, no tienen aún equivalente en Argentina, así como los numerosos encuentros de las televisoras para debatir estrategias de acción comunes y reflexionar acerca del futuro del sector. Incluso estos encuentros, cuando fueron regionales, contaron con la participación de los canales argentinos: Antena Negra y Giramundo participaron en aquellos organizados por Señal 3; Barricada TV asistió al congreso de televisión convocado por Umbrales TV.

Pero más allá de estas variaciones, las estrategias son recurrentes. Los datos recolectados muestran que “golpear puertas”, “recorrer pasillos” y “movilizar” como táctica de presión; y “mantener los papeles al día”, “poner la asociación en regla” y “atender los aspectos legales y contables”, aparecen en todos los canales como variables de la estrategia de legalización. Esto está muy enfatizado en Señal 3 La Victoria (“Esos son los juegos del sistema, cuando uno se mete en lo legal, tiene que tener todo para funcionar”), Pichilemu TV (“Es muy importante la gestión propia”), Barricada TV (“Para nosotras fue clave destrabar los trámites en la IGJ y organizar los balances para concursar; sabemos que el canal va a estar cada vez más

expuesto y que nos van a revisar todos los papeles”), y Giramundo TV (“Había que entender en conjunto que la persona jurídica es la herramienta que te permite relacionarte con el Estado y hubo que poner eso al día, y tomarlo como parte de una estrategia para lograr tu objetivo general”). Como se observa, en todos los casos el mantenimiento de la cuestión legal se relaciona con el intento de superar una etapa artesanal de funcionamiento, para relacionarse con el Estado con mayor seguridad y aplicar a los concursos desde un piso organizativo interno asegurado.

También son comunes las campañas económicas para enfrentar los gastos vinculados a la elaboración de las carpetas técnicas y patrimoniales exigidas para la presentación a concurso, la adquisición de los pliegos y otros gastos relacionados con la puesta al día de los canales, como se desarrolló en los capítulos anteriores, las que están en directa relación con la inserción comunitaria y la referencia obtenida por las emisoras en su escenario de influencia. Esto está muy marcado en Únetev, que impulsa actualmente una campaña de financiamiento colectivo o *crowdfunding* para la adquisición de equipamiento básico para funcionar, en Señal 3 para la presentación de las boletas de garantía asociadas al fondo FDT, en Giramundo y Antena Negra (que a través de una campaña busca volver al aire a través de Internet), en Barricada TV y en el Canal 4 de Mar de Ajó, que se financiaron con aportes comunitarios.

FIGURA 17. Estrategias de legalización de la televisión alternativa



Asimismo se repiten en ambos países las campañas de visibilización de las emisoras, con técnicas tomadas de la militancia política y social: los canales instalaron la temática en la agenda política a través de la atención permanente de relaciones y de la inserción comunitaria, “poniendo en valor” su función como vehículos de expresión de demandas sociales, recuperando los estándares internacionales como estrategia de difusión. Las relaciones políticas en los dos casos incluyeron el vínculo con otras organizaciones políticas y sociales, con referentes del mundo de la cultura y la política, con instituciones públicas y con diputados y diputadas, con organismos internacionales así como con organizaciones territoriales y de la comunidad en general. El registro en video de declaraciones en favor de las televisoras, el armado de folletos explicativos, *Flyer*, charlas y actividades se multiplicaron en ambos países con el correr de los años.

Por último, en el caso argentino se logró mayor participación en las audiencias en el Congreso Nacional (concretamente en la Comisión de Libertad de Expresión de la Cámara de Diputados), al ritmo de las diferentes demandas emanadas del proceso de legalización, que está más avanzado que el chileno al haberse realizado los primeros concursos con anterioridad y tener un lugar más destacado en la normativa. Sin embargo los concursos no volvieron a abrirse desde 2015 hasta el cierre de este trabajo, y la cantidad de canales legalizados no difiere de la existente del otro lado de la Cordillera. Pero al estar emitiendo en digital desde 2014 y 2015, el recorrido argentino es más largo y atravesó dificultades que seguramente deberán enfrentar las televisoras chilenas en el futuro cercano, al intentar ir abriéndose paso en un escenario altamente concentrado: las interferencias provocadas sobre Barricada y Urbana por parte de Canal 13, la presión para lograr la habilitación de las plantas transmisoras de Barricada y PARES, el ingreso a la grilla del cable y la exigencia de que se cumplan las reglas de *must carry*, y los problemas en torno a la televisación del fútbol, obligaron a las emisoras nucleadas en CONTA al ejercicio de la demanda en el frente político, el institucional y el judicial, con las medidas impulsadas contra Artear, Cablevisión, Telecentro y Trisa, entre otras.<sup>158</sup>

---

<sup>158</sup> Para un recorrido detallado de las acciones judiciales impulsadas por las emisoras, en particular por Barricada TV, ver Suárez, 2018.

#### *6.4. Dimensión administrativa, económica y de funcionamiento: condiciones para la profesionalización del sector*

Señalamos antes que los canales que lograron desarrollar un plan de gestión pudieron acercarse más a una lógica de profesionalización del equipo de trabajo. A esto se le agrega el estatuto legal de cada emisora, ya que –como venimos mostrando- la licencia está directamente vinculada con la sostenibilidad económica y con la posibilidad de aplicar a fondos de fomento que permiten solventar gastos de gestión. La legalización se asocia con la estabilidad en el funcionamiento y ésta con la necesidad de una presencia permanente en las emisoras, no limitada por los tiempos cortos luego de las obligaciones diarias. La misma situación se repite en Argentina y Chile: hay canales que pudieron organizar la atención de las diferentes áreas con responsabilidades específicas; otros en los que “todos hacen todo”; existen televisoras que lograron construir rentas o retribuciones salariales estables, otras que se sostienen en base a proyectos, otras que funcionan sobre la base de trabajo voluntario y militancia. Todas tienen gastos fijos, y todas expresan debilidad producto de su inserción desigual en un escenario hostil.

En Chile, Pichilemu TV es el canal que ha avanzado más en la formación de una estructura de trabajo, y –junto con el activismo de Señal 3 La Victoria- es reconocido como referente y difusor entre sus pares debido a su experticia para la elaboración de proyectos. Esta emisora, ubicada a poco más de 200 kilómetros al Sur Oeste de Santiago, en un balneario famoso por sus olas para la práctica del surf, funciona con distintas áreas que atienden la gestión de la Agrupación de Audiovisualistas de Pichilemu (festival de cine, escuela de comunicación, actividades comunitarias, etcétera) y del canal propiamente dicho, con responsabilidades en los frentes legal, de relaciones públicas, de finanzas, de programación y contenido, de realización audiovisual y del área técnica.

Resulta interesante volver a destacar el recorrido particular de esta emisora, que se vuelca a la televisión comunitaria justamente luego de una crisis de sustentabilidad del proyecto inicial, que era un pequeño emprendimiento comercial. Paula Gálvez, su directora ejecutiva, sostiene que si bien la estrategia económica es clave, la gestión propia lo es más. Esto les permitió reorientar la experiencia en función de las demandas de la comunidad, a partir de tres pilares que organizan el trabajo: formación, difusión y creación; es decir, aquello que hace a la dimensión de los valores y de las motivaciones y que da lugar a la construcción de un modelo de gestión popular diferente del modelo económico de reproducción del capital (Iglesias, 2015: 101). El énfasis está puesto en la planificación y en la gestión de la emisora como un proyecto

que trasciende lo televisivo, y que le permite profundizar el vínculo con el público a través de diferentes propuestas de desarrollo cultural, ganando en visibilidad.

La preocupación por mejorar la gestión y los procesos de trabajo, sumada a la ubicación de la emisora en la provincia de Cardenal Caro, en la zona central de Chile pero a media distancia del área metropolitana de Santiago (donde se concentra mayor densidad poblacional y se multiplica la oferta cultural y comunicacional), permitió a esta experiencia aplicar y ganar fondos del Ministerio de las Culturas en competencia con instituciones de una escala mucho mayor, como el Museo de Arte de Santiago o el Festival de Cine de Valdivia. Gálvez resalta que

muchas veces no se tienen las herramientas, no se sabe cómo construir los proyectos. Hemos visto nacer y morir muchos canales por falta de financiación. Entonces nosotros hemos insistido mucho con eso, para demostrar ser un canal de televisión se tiene que transmitir, se tienen que producir contenidos. Se necesita de mucha capacitación y adaptación a la tecnología, y a la nueva normativa. (Gálvez, entrevista 2018)

Los canales parten de un piso de precariedad tecnológica e infraestructural y de procesos de gestión artesanales. Gálvez se refiere a la dificultad del sector para cumplir con los requisitos que exigen las instituciones estatales para aplicar a los fondos de fomento, aquello que “tironea” o pone en tensión el modo de producción de la televisión comunitaria. La información recolectada en los dos países muestra desde profundas dificultades para enfrentar la elaboración de proyectos hasta hartazgo por sus exigencias burocráticas. En Argentina, esto se encuentra destacado desde que los fondos concursables FOMECA fueron auditados por pedido del ENACOM, sobre el inicio de la gestión de Miguel De Godoy (2016-2018). En el marco de una disputa política con la gestión anterior, los medios comunitarios pasaron de ser un “sujeto reconocido” a estar “bajo sospecha” (Segura, Kejval & otros, 2017). Esto generó una importante demora en el pago de los subsidios y un tedioso trabajo para cumplimentar con las exigencias del organismo, que se sumaron a las ya existentes.

De todas formas, la propia práctica del sector y la resistencia a través de los años suponen una capacidad para definir objetivos y trazar planes para concretarlos. Las estrategias colectivas a través de las organizaciones de segundo grado en ambos países también colaboran en la sostenibilidad de los medios, al igual que su inserción social. La experiencia de Señal 3 La Victoria, al aire desde 1997 y la primera en digitalizar en Chile, es contundente al respecto. Y marca una constante a ambos lados de la Cordillera: ahí donde se logró conquistar una licencia, las condiciones de posibilidad para la televisión alternativa en la transición digital

umentaron; así como una base social movilizada favorece la pelea por la legalidad. La licencia abre mayores posibilidades de acceder al fomento; en Chile para acceder a los fondos FDT destinados a equipar la TDT; en Argentina para la aplicación a fondos específicos para emisoras, con líneas de gestión, equipamiento e infraestructura y realización de contenidos diarios, como desarrollamos en 6.2.

Es decir que la gestión implica la atención de diferentes dimensiones articuladas entre sí: no se trata solamente de administrar el medio sobre la base de los recursos disponibles, sino de una inteligencia política y comunicacional puesta en la disputa por un lugar en el sistema de medios. El trabajo de incidencia sobre los distintos niveles del Estado y sobre los organismos internacionales como la CIDH, la pelea por regulaciones que contengan al sector, por la aplicación efectiva de la normativa; el reclamo de concursos específicos para medios alternativos, populares y comunitarios, y la demanda de políticas de fomento son parte de las tareas de gestión de los canales y también amplían sus condiciones de posibilidad.

La profesionalización de las emisoras está vinculada con lo anterior, en una ida y vuelta con las estrategias de legalización. En este sentido se pueden leer los debates internos en Giramundo TV para asumir la necesidad de poner al día la personería jurídica como estrategia para avanzar en la demanda de una licencia, o la decisión de tres canales chilenos (Tala TV, Oveja TV e Islita TV) de asociarse para presentarse a concurso y gestionar colectivamente una licencia, asumiendo la necesidad de superar las limitaciones individuales producto de la debilidad. Las decisiones acerca del funcionamiento y de las fuentes de ingreso logradas o aceptadas (algunas emisoras no aceptan los ingresos a través de la publicidad, por ejemplo) pueden favorecer o ralentizar este paso.

En la Argentina, los medios comunitarios y alternativos en general, y la televisión alternativa en particular, han logrado de manera paulatina generar trabajo autogestivo, producto del fortalecimiento del sector en los “ámbitos urbanos”, que pusieron “de manifiesto la necesidad de abordar la profesionalización y la retribución del trabajo” (Iglesias, 2015: 109). Quienes están mejor posicionados alcanzan a pagar retribuciones salariales a una parte de sus integrantes (ya volveremos sobre esto), centralmente a través de los proyectos subsidiados con los fondos Fomeca destinados a los gastos corrientes. Esto impacta en la pantalla, mejorando la calidad del trabajo, al tiempo que genera empleo. De los canales de la muestra, el 87,5 por ciento accedió a fondos a través de este programa, en líneas de realización de contenidos (informativo diario, programa semanal, microprogramas), gestión y/o equipamiento e infraestructura, lo que destaca su importancia dentro de la economía de los medios sin fines de lucro y explica la movilización del sector en torno a su defensa.

Una emisora no cobró ningún subsidio a lo largo del período estudiado, pese a haber resultado ganadora en 2015 de una línea destinada a la formación de redes. Esta línea fue literalmente eliminada por la gestión del ENACOM, quedando las entidades beneficiadas a la deriva. Se trata de Antena Negra, que en 2016 debió salir del aire producto de su extrema vulnerabilidad y continuó funcionando a través de las redes sociales, realizando coberturas de la protesta social. La judicialización del caso exigió la completa atención de sus integrantes, así como el desarrollo de conflictos internos, que impidieron destinar recursos a la elaboración de proyectos, manteniendo una gestión artesanal sostenida sobre el trabajo militante y financiado a través de donaciones, fiestas y aportes de organizaciones afines (Medone, Antena Negra, entrevista 2017).

De las emisoras que accedieron a los fondos Fomeca, las seis que poseen licencia o autorización precaria ganaron proyectos en las líneas de equipamiento para televisión, informativo diario y gestión, y en algunos casos se suman también programas semanales y microprogramas. En tanto que una sólo obtuvo dos líneas de fomento para la realización de microprogramas; se trata de Giramundo, que no posee título legal ni autorización. De esta manera se comprueba la directa relación entre el encuadre legal y el acceso a las políticas de fomento, así como también entre las obligaciones emanadas del acceso a la licencia y las políticas fomento destinadas a garantizarlas. Por lo tanto, la apertura de concursos sigue siendo la demanda clave para el sector: sin licencias la sostenibilidad económica es más débil, la estructura más artesanal y la administración más frágil.

No existe ni acá ni en ninguna parte del mundo que cualquier actividad que tenga que ver con el audiovisual, con la cultura, pueda ser sustentable sin el aporte del Estado. Sobre todas las cosas porque producimos algo que cuesta mucho, que es información, pero que cuesta mucho producirla. Nos cuesta lo mismo a nosotros hacer un noticiero que lo que le puede costar a un canal grande, y la diferencia es que nosotros lo que producimos lo ponemos a disposición de forma gratuita y encima nos dicen que tenemos un territorio nada más para poder distribuirlo que es 11,3 km a la redonda. (Gusmerini, PAREStv entrevista 2018)

Los medios comerciales se ven dificultados en su accionar cuando no tienen pauta del Estado, para nosotros digitalizar hubiera sido impensado sin ese dinero. El FOMECA es central. [...] Nuestros] medios no son sostenibles sin políticas de Estado, por eso la ley [26.522] está pensada así [en referencia al artículo 97 inciso f que establece los fondos de fomento concursables destinados al sector]. (Peña, entrevista 2018).

En el caso chileno, de las seis emisoras de la muestra, cuatro resultaron adjudicatarias para explotar concesiones locales de carácter comunitario en la televisión digital. Esas cuatro

lograron –luego de numerosas gestiones impulsadas por la Asociación de Audiovisualistas de Canales Comunitarios de Chile-, que se abrieran zonas de postulación para los fondos FDT destinados a la digitalización de la planta transmisora, como desarrollamos en el capítulo anterior; en tanto que cinco accedieron a los fondos CNTV de interés comunitario al menos una vez. La sexta, que aún no ha logrado formalizar la personería jurídica (Romero Tapia, El 3 de Conce, entrevista 2018), no pudo acceder a fondos de fomento de ningún tipo. Es decir que los actores que lograron fortalecerse a partir del desarrollo de estrategias de legalización (desde la gestión, desde la inserción, desde la asociación) son los que más recursos obtuvieron, y por lo tanto los que mejor se posicionaron en torno a la profesionalización.

Por otra parte, los canales que pueden leerse dentro de un modelo de desarrollo cultural comunitario, en la medida que han logrado conectar con una demanda social en su territorio, pudieron construir, aunque desde una posición desventajosa, un espacio en los sistemas de medios locales. Los casos ejemplares son Pichilemu TV en Chile y PAREStv en Argentina. Estas emisoras lograron organizar su funcionamiento cotidiano, con la retribución del trabajo en el primer caso y los retiros de excedentes en el segundo. PARES es una cooperativa de trabajo con ocho personas que retiran excedentes, y otras tres que perciben un salario social complementario gestionado a través de la rama de comunicación popular de la CTEP. Se divide en un área legal, institucional y administrativa, un área técnica, un área de producción y redes sociales, y un área de generación de contenidos en vivo.

Ambas emisoras lograron diversificar las fuentes de ingresos a través de distintas instituciones públicas destinadas al fomento de la cultura o la producción, pero en el caso de la televisora argentina, se agrega también publicidad privada de la zona y publicidad oficial, esta última lograda a través de las gestiones de CONTA para sus asociados. Además, es el único canal de toda la muestra que solicitó y obtuvo un crédito bancario para financiar la contraparte de un subsidio no reembolsable del entonces Ministerio de Industria, lo cual lo ubica en un lugar preponderante pese a la debilidad que implica la disputa por los derechos de televisación del fútbol, que es el eje de su propuesta comunicacional.

La diversificación de las fuentes de ingresos, el desarrollo de una estructura de trabajo con rentas para sus integrantes y la consecuente profesionalización de la gestión del medio y su pantalla reúne más de una experiencia, de diferentes perfiles, acercando emisoras barriales o con definiciones de intervención política con aquellas de desarrollo cultural, de acuerdo con los modelos presentados páginas más atrás. Barricada TV cuenta con un equipo de trabajo organizado en cinco áreas: política, administrativa, de programación, de prensa y técnica. Estas áreas tienen una persona responsable, de la dirección colectiva del proyecto, que retira una renta

y se dedica de lleno a la militancia política y comunicacional. Cada área cuenta con el apoyo de otros y otras integrantes, militantes que, en ocasión de ganar proyectos fomentados, van cobrando retribuciones específicas para su desarrollo. También cuenta con salarios sociales complementarios. Lucía Maccagno, responsable de la administración, resalta que

Barricada TV es un canal sin patrón: somos los propios trabajadores y trabajadoras quienes gestionamos el medio. En ese sentido no impera la lógica del lucro como sí pasa en los medios tradicionales, que son empresas y entienden la comunicación exclusivamente como una mercancía. Pero que no haya fin de lucro no quiere decir que no busquemos generar ingresos genuinos. Lo hacemos, pero para garantizar la existencia del proyecto, invirtiendo en mejoras de equipamiento e infraestructura, así como en salarios para los trabajadores y trabajadoras que lo sostenemos. (Maccagno, entrevista 2018)

Urbana TeVé, al igual que Giramundo y Proa Centro, funciona con retribuciones por proyecto. El sueño, sostiene su referente Milcíades Peña, es que “el canal sea una fuente de laburo para el barrio” (Peña, entrevista 2018). A través de una alianza con Nuevo Encuentro, el espacio político de Martín Sabbatella, el canal de la Villa 31 buscó resolver “el problema de los recursos humanos”, capacitando a vecinos y vecinas del lugar. Esta alianza permite que las tareas administrativas y de elaboración y rendición de proyectos recaigan en los militantes, con tienen una retribución económica por esta tarea. En 2018, nueve personas percibían rentas por su participación en Urbana, de ellos, seis viven en la villa. Estas personas “hacen todo”, desde el registro y la crónica hasta editar. Urbana en 2018 se encontraba en proceso de digitalización, buscando alternativas para llegar con su señal a la planta transmisora de Barricada TV, que es su licenciatario operador.

Desde el punto de vista de la profesionalización, Giramundo también mantiene un esquema artesanal de funcionamiento, compartiendo con un bachillerato popular la personería jurídica y su atención legal y contable. Se sostiene a través de los aportes de sus integrantes, venta de bonos y proyectos de extensión de la Universidad Nacional de Cuyo; “un poco” de pauta oficial compartida con otros medios de la región y algunos canjes. También cuenta con un salario social complementario. Pero a partir de 2015 los fondos Fomeca para la realización de microprogramas adquirieron centralidad en el sostenimiento de esta emisora, lo que llevó al colectivo a definir honorarios equivalentes a un salario social para las personas encargadas de la elaboración de los proyectos. Estas personas deben cumplir además con las diversas tareas del canal (periodísticas, administrativas, de funcionamiento general). “Nos propusimos como

objetivo sostener el canal en el aire, [...] acompañado por generar trabajo para que eso sea posible” (Iovanna, entrevista 2018).

En Proa Centro participan cinco socios y socias, todos de manera voluntaria. El canal se sostiene con aportes de sus integrantes, canjes, auspicios, campañas, venta de servicios y, fundamentalmente, con fondos provenientes de proyectos Fomeca. Los proyectos fomentados permiten rentar parte del equipo de realización y producción, pero al no lograr “mantener recursos humanos rentados” y sólo incorporarlos a través de “proyectos eventuales, formamos y se van” (Rey, entrevista 2018). El canal se desarrolla en dos áreas bien definidas: realización audiovisual y presencia en la web. Al formar parte de un centro de producción audiovisual, sus integrantes desarrollan productos derivados de la digitalización: Jorge Rey sostiene que “por un tema específico regional, obtenemos importantes recursos extraordinarios de las instituciones y del sector comercial, además de todo tipo de facilidades en cuanto a logística para las realizaciones” (entrevista 2018).

El funcionamiento de Antena Negra es militante y voluntario, y su estructura artesanal y asamblearia. El espacio se mantiene gracias al aporte de los propios y a las donaciones de organizaciones afines. De igual modo, en el caso del canal de Mar de Ajó no existen rentas ni salarios; casi todos y todas sus integrantes tienen “trabajos por fuera, al mismo tiempo”. De acuerdo con Daniel Vidal, “tampoco vas a poner plata” y las cuestiones básicas, como los traslados, los refrigerios y el equipamiento están garantizados por el medio. La emisora destina fondos al pago de un contador que atiende los balances (“si íbamos a hablar con el Estado nos dimos cuenta que teníamos que tener los papeles en regla”), y no se dividen en roles, aunque se busca hacer “lo que mejor te sale y más te gusta” (Vidal, entrevista 2018). Este esquema artesanal es posible debido a la menor exigencia que supone una autorización precaria respecto de una licencia, y se entiende como respuesta a una coyuntura que cambiaría de la mano de la digitalización.

La situación de ENTV es diferente, debido a que el desarrollo de este canal tiene como piso los largos años de trayectoria de Radio Encuentro, que ha logrado funcionar formalmente sobre una estructura de trabajo aceptada. Por lo tanto, comparte con la radio el equipo de gestión, incluyendo el área administrativa y el área técnica. También cuenta con equipos de trabajo de acuerdo a roles o producciones: por ejemplo el equipo del informativo, el equipo encargado de la sala de operación y de equipamiento, el equipo de programación. Todos y todas sus integrantes cobran “un valor-hora”, que aumenta según los fondos disponibles. Las personas que no participan diariamente, y aquellas que tienen otros trabajos (en general, docentes), no perciben retribuciones salariales. Las decisiones estratégicas de la emisora se toman en

reuniones mensuales compartidas con la radio; luego cada soporte realiza sus reuniones particulares. Se sostiene a través de los fondos Fomeca; venta de publicidad, trabajo voluntario y aportes de la audiencia.

En Chile, sólo Pichilemu TV logró este grado de profesionalización, como se señaló más atrás, aunque aún está en proceso de digitalización. Señal 3 La Victoria, que está a un paso de subir sus contenidos a la televisión digital terrestre en el canal 47, es más artesanal en el funcionamiento, pero su persistencia a través de más de dos décadas pone en evidencia su capacidad de gestión y organización, y un acumulado político y social que está en la base de su rol multiplicador:

El desafío es crear y en eso estamos, estamos haciendo los esfuerzos para ayudar a crear la mayor cantidad de canales que podamos. Siempre lo hemos hecho. Con nuestra guía se han creado yo creo más de 15 canales comunitarios; la mayoría se han caído y es por un tema de financiamiento. Nosotros les prestábamos un transmisor, antena, cable y ellos ya tenían que hacer su tele, ¿cachai? Y para el futuro es lo mismo, seguir tratando de apoyar. Nosotros ya pasamos por un proceso de postulación, [...] ya tenemos la experiencia en esto y vamos a ser generosos en términos de traspasar el conocimiento de lo que nos costó, de todo lo que hay que tener para poder postular. No sólo en Chile sino a nivel latinoamericano, yo creo que tenemos que apuntar a una integración de la comunicación latinoamericana. (Lillo, entrevista 2018)

Señal 3 La Victoria se organiza en un área técnica y un área de producción, noticias y desarrollo de contenido; y cuenta con dos tesoreros que se ocupan de la parte administrativa. Además, el grado de inserción comunitaria le permite comprometer a la población en el sostenimiento de la emisora, a través del desarrollo de campañas económicas (realizó una campaña en redes para juntar el dinero para las boletas de garantías necesarias para las distintas etapas de aplicación al FDT) y de la participación de las ferias y las fiestas del lugar: “Cuando ha faltado dinero hemos tenido que ir a pedir plata a la feria, con un tarrito a pedir limosna, sí, hemos ido muchas veces, y la gente nos ha cooperado bien. En una ocasión nos hemos hecho 350 dólares en tres horas de *tarreo*” (Lillo, entrevista 2018).

Dentro de un mismo modelo de televisión comunitaria anclada en el territorio y con perfil militante, como desarrollamos más atrás, también se encuentra TV8 Peñalolén. Esta emisora no maneja retribuciones salariales, pero definió rentar a uno de sus referentes como primera medida en caso de lograr un flujo de ingresos mínimamente estable. La televisora no logró obtener una concesión en el primer llamado a concurso, y se encuentra trabajando líneas de acción a partir de la asociación que nuclea a los canales comunitarios de Chile para emitir en uno de los canales digitales remanentes del multiplex operado por Señal 3.

El 3 de Conce es el canal de estructura más débil, al no contar con personería jurídica, rentas ni servicios de atención legal y contable. La propuesta se mantiene con el aporte de sus socios y socias y se reúnen de manera periódica en asambleas para la toma de decisiones. Challa TV, en el norte de Chile, también se maneja con asambleas, pero además incluye “células de trabajo que realizan cobertura de situaciones, y otras se dedican a realizar proyectos que entreguen audiovisual al canal” (Garrido, entrevista 2018). Esta emisora, que junto con Señal 3, Pichilemu y Únetev tiene licencia en digital.

La autogestión como forma de sostenibilidad económica atraviesa a la mayoría de los canales comunitarios en Chile, también en Argentina. En Challa TV, la organización de eventos para recaudar fondos tiene como objetivo adelantarse a los gastos que la legalidad acarreará al colectivo. No existen salarios, sólo por proyecto adjudicado, lo cual pone de relevancia el lugar del Estado como garantía del pluralismo de actores en el sistema de medios. El canal también tiene un servicio de contaduría para la atención de los proyectos financiados, una comisión directiva que administra legalmente la asociación y diferentes roles sobre los que “nos hemos ido especializando, compartimos roles los que sabemos hacer más cosas y apoyamos a los que saben hacer menos” (Garrido, entrevista 2018).

Finalmente, el caso de Únetev es el más reciente, ya que como se resaltó, es el resultado de la confluencia de tres experiencias en una estrategia asociativa para superar las debilidades, lograr la concesión y sostener la nueva emisora en el aire, con una propuesta para la provincia de Talagante. Entre esos canales, Tala TV aportó saberes específicos en audiovisual, ya que esa emisora estaba compuesta por profesionales del área. La mayoría de sus integrantes son voluntarios, en tanto que cuatro personas están “siempre ahí al pie del cañón” y perciben retribuciones a través de los proyectos adjudicados. Sin embargo, “todos trabajamos en otras cosas: yo trabajo en el medio, soy realizador audiovisual, otro es profesor, otro vendedor y el otro es asistente social” (Leal, entrevista 2018).

En síntesis: la información recabada muestra recurrencias a ambos lados de la Cordillera, con una gama de situaciones en relación a la administración y la profesionalización que van desde la precariedad hasta esquemas relativamente estables. Los canales combinan la participación de personas autodidactas, profesionales, vecinos y vecinas, trabajadores y trabajadoras que pueden ser voluntarios, militantes, retirar retribuciones por proyectos o mantener una estructura de trabajo profesionalizada. Este último caso se verifica con mayor extensión en los canales que han accedido a una licencia, debido a las obligaciones que supone la misma: horas de programación, regularidad y estabilidad en la transmisión, presencia diaria

en las emisoras, pago de cánones e impuestos, etcétera, a lo que se agrega en el caso de los operadores, la responsabilidad de multiplexación.

El hecho de que en la Argentina exista una política de fomento cualitativa y cuantitativamente más presente, determina que un mayor número de experiencias hayan logrado sostener un plantel estable con responsabilidades específicas, incluso con todas las dificultades que el fondo Fomeca viene enfrentando desde su creación, cuatro años después de que lo estableciera la sanción de la ley 26.522. Si bien la presencia del Estado dista de ser todo lo activa que la legislación impone, subejecutando montos (como desarrollamos en 6.2.), el hecho de que la propia ley ordene la aplicación de fondos efectivos para garantizar la migración a digital es un diferencial respecto de la formulación chilena. De igual modo, los salarios sociales complementarios, aunque bajos, facilitan la participación de un mayor número de personas en el cotidiano de los canales.

Según Lillo, referente de Señal 3 y del movimiento de canales comunitarios de Chile, para que el proceso de digitalización de la televisión comunitaria sea exitoso es necesaria

una relación interministerial [...]. Nacimos porque realmente la televisión en Chile no nos representaba a todos, por lo tanto debería haber una política gubernamental en términos de la diversidad y la cultura y eso significa que la Secretaría General de Gobierno, el Ministerio de las Culturas, el Consejo Nacional de Televisión, el Ministerio de Telecomunicaciones, y otros ministerios deberían estar de la mano, asumir que [...] las televisiones comunitarias tengan el apoyo de parte del Estado para su desarrollo. En un ambiente ideal [...] los canales comunitarios tendrían 20 o 30 personas trabajando; los grandes canales tú sabes que tienen 400, 500, 600, 1000 personas trabajando para hacer tele. Acá lo que estamos pidiendo es 20, 30 personas trabajando en los canales y que sean pagados por el Estado, cosa que permita un buen desarrollo de la televisión comunitaria. (Lillo, entrevista 2018)

Por último, se evidencia en los dos países que las emisoras que no lograron realizar la transición a digital permanecen funcionando con una estructura de trabajo menos formalizada, tienen menores fuentes de ingresos y un tipo de funcionamiento más artesanal. Son los casos de aquellos canales sin papeles o con papeles precarios, y de las emisoras con licencia vinculada que aún se encuentran realizando la migración y buscando alternativas para llegar a su planta asociada. Las experiencias más precarias desde el punto de vista de las herramientas de gestión son también las más precarias en términos de amparo legal y viceversa. Los recorridos muestran que la pelea por la legalidad fue profesionalizando o poniendo la profesionalización en el horizonte de las emisoras, así como la propia práctica de transición fue enseñando a operar con la tecnología digital.

### *6.5. Dimensión tecnológica: estrategias para la migración a digital de los canales argentinos y chilenos*

Tanto en Argentina como en Chile la migración de la televisión alternativa se desarrolla en paralelo a la transición de todo el sistema, con procesos de legalización recientes que no alcanzan a todas las emisoras en funcionamiento y mucho menos aplican las reservas que en ambos países realizan las normativas para el sector. Esto significa que el acceso a información clave para la toma de decisiones de inversión en tecnologías se realiza en un contexto de innovaciones, con pocos proveedores disponibles en el mercado audiovisual y pocas pruebas en torno a la estabilidad de los equipos. También se da en un marco de interrogantes acerca del desarrollo de la televisión digital terrestre y su real impacto sobre los hábitos de consumo en las audiencias, como desarrollamos hasta acá, y en un escenario de concentración mediática que requiere de políticas públicas que acompañen y colaboren con los actores comunitarios como forma de mitigar los efectos de los años de proscripción.

Ambos países adoptaron el mismo estándar técnico japonés con la variante brasileña ISDB-T, al igual que Bolivia, Paraguay, Uruguay, Perú, Venezuela, Ecuador, Costa Rica y El Salvador, además obviamente de Brasil. Esto configura un mercado regional importante para productos de alto valor agregado. Debido a su tradición económica, Chile importa todo el equipamiento; en tanto que la Argentina definió en el decreto 1148/2009 que la digitalización debe constituir un estímulo a la producción de la industria nacional, y promueve a través de diferentes políticas públicas la radicación de la industria tecnológica, buscando garantizar fuentes de empleo calificadas, como recogimos en el capítulo 4. Aunque buena parte del equipamiento es importando, otro se produce en el país.

El análisis del equipamiento para televisión digital con que se cuenta en Argentina y en Chile da cuenta de la presencia de los mismos proveedores, a quienes acuden los actores grandes y los que se ubican en la periferia del sistema de medios. Pero la relación con ellos es desigual. Para todas las organizaciones las tecnologías representan un gasto importante; en el caso de los comunitarios ésta compromete un porcentaje mucho mayor y su incorporación está condicionada por la escala y la sostenibilidad. Los modos en que las emisoras se relacionan con las tecnologías, las decisiones acerca de su renovación, la diversificación de los riesgos que supone su adopción y los cambios edilicios requeridos para responder a los estándares de la alta definición (acustización y refrigeración de estudios, iluminación, decorados), se corresponden con la situación de desigualdad y postergación del sector.

La experiencia de PAREStv, que fue la primera en digitalizar tomando ambos países, ilustra estas dificultades en su fase inicial:

Cuando nosotros digitalizamos a través del Ministerio de Industria todavía no había en Argentina un desarrollo de televisión digital en baja potencia. Estaban las antenas puestas por ARSAT y pará de contar. Los mismos proveedores que habían instalado las antenas de ARSAT, no habían generado aún un transmisor de baja potencia; entonces lo tuvimos que hacer fabricar y acompañar esa fabricación. [...] En ese momento, te estoy hablando de 2014, no teníamos demasiada posibilidad de llamar a alguien y decir “che, ¿ustedes con qué potencia están saliendo?”, no teníamos referencia técnica, no sabíamos si íbamos a salir a dos cuadras, no teníamos idea. La cuestión es que pudimos comprarlo, pero cuando el transmisor llegó nos enteramos que una parte se fabricaba en Córdoba, una se fabricaba en Francia, otra en Capital, y que todo ese equipo nunca estuvo junto hasta que estuvo junto, con todo lo que eso implica. La cuestión es que perdimos, y al día de hoy no lo terminamos de pagar. (Gusmerini, entrevista 2018)

Es decir que las estrategias de los canales alternativos para asumir la transición son una respuesta a estas dificultades iniciales para “la apropiación de la tecnología”, enfrentar “los altos costos de equipamiento” y encontrar salidas a la escasa presencia de personal especializado que pueda colaborar en esa transición (Iovanna, entrevista 2018). En Chile, la estrategia de digitalización se centró en la negociación conjunta con el Estado y con las empresas proveedoras, en el contexto de la legalización. En Argentina, los pasos dados por las primeras experiencias en digitalizar sirvieron como base para el recorrido de las siguientes. Pero, pese a que los obstáculos son similares, hasta ahora no se impulsó un diálogo sistemático entre las emisoras de los dos países, ni a nivel regional, como modo de socializar saberes, compartir experiencias y prestaciones. Si bien se dieron encuentros internacionales organizados en Chile donde algunas experiencias argentinas participaron, y donde la transferencia tecnológica ocupó parte de los temas de debate, la colaboración aún no se materializó en propuestas estables.

En nuestro país hizo falta un tiempo de ensayo, prueba y error, para seleccionar los equipos más apropiados para los alternativos y comunitarios. Esto es así porque “las transformaciones tecnológicas, regulatorias, económicas y culturales acontecidas operaron sobre un sector precarizado en términos de recambio tecnológico, infraestructura y recursos humanos” (Monje & Rivero, 2018a: 52). En este recorrido, la experiencia de PAREStv, el primero en digitalizar, fue clave y se derramó sobre el resto de los canales que iniciaron la transición, nucleados en CONTA, aunque la coordinadora no construyó un vínculo como representante del sector ante los mismos proveedores, como sí sucedió frente a las negociaciones con el organismo de aplicación, el ENACOM. Es decir que, a diferencia de

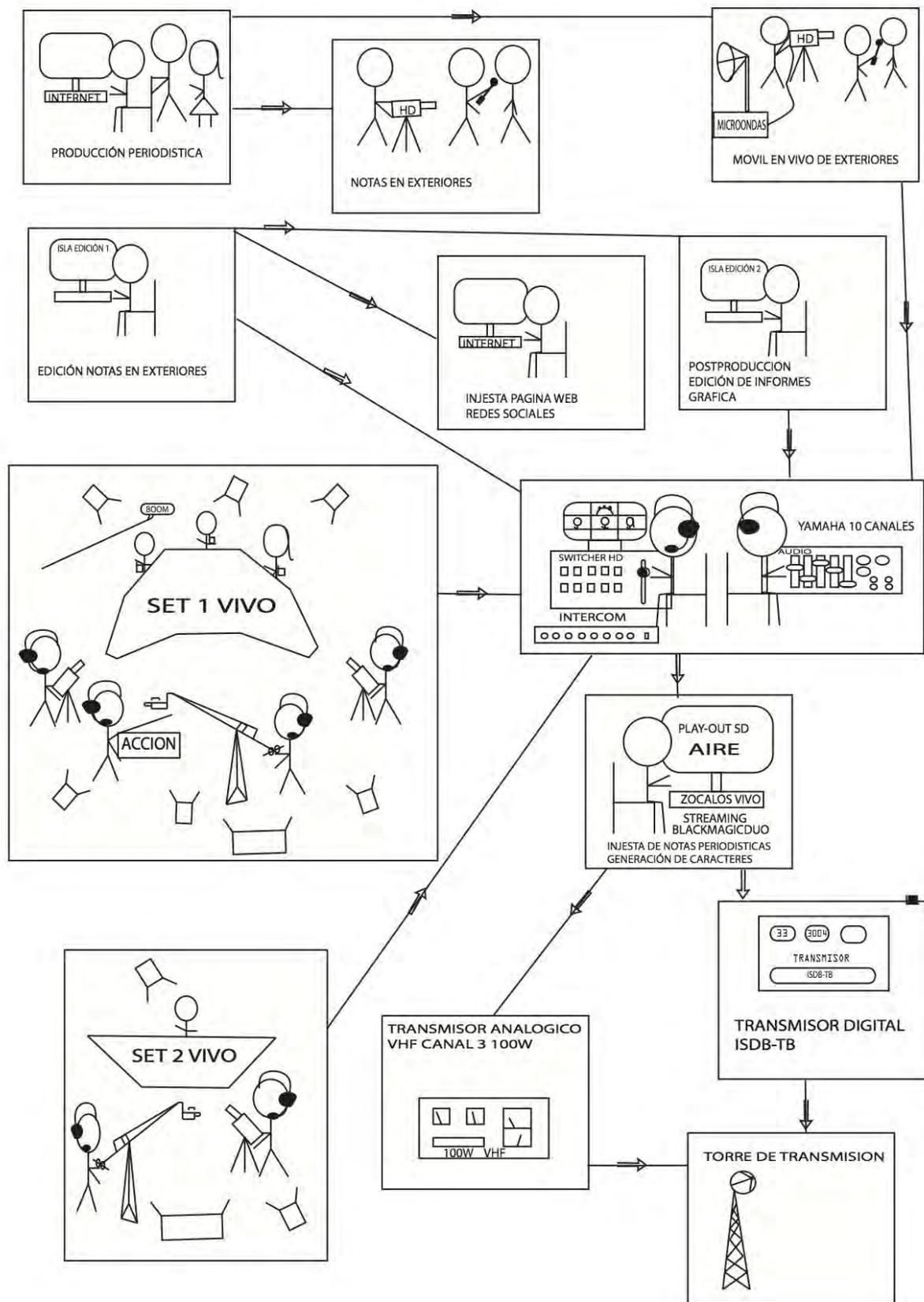
Chile, no hubo un tratamiento colectivo con los proveedores que permitiera negociar montos y prestaciones de cara a la transición digital.

Como apuntamos líneas más arriba, la información recolectada muestra que el equipamiento adquirido entre las emisoras que lograron digitalizar en Argentina y Chile pertenece a empresas y marcas similares, con algunos matices: los transmisores que utilizan las televisoras alternativas chilenas, de acuerdo con la carpeta técnica presentada al momento del concurso y elaborada por SERCOM, son fabricados por la compañía española Egatel. Esta casa es la misma que colocó sus equipos para la plataforma de la TDA argentina, que también posee equipos de las multinacionales NEC y Harris y en menor medida de las marcas locales cordobesas Liecom y Edinec, las únicas dos nacionales que proveyeron equipos para el INVAP y para la plataforma de TDT pública.

En Argentina, a excepción de Antena Negra que utilizó un transmisor artesanal, todos los canales comunitarios digitales (los que tienen licencia en la modalidad licenciatario operador y aquellos sin papeles o con papeles precarios, que se van lanzando a emitir en TDA) utilizan equipos UHF homologados de baja potencia marca Liecom, luego de realizar –como ya señalamos- algunas pruebas previas con otras marcas locales. Es decir que a nivel de los equipos de transmisión digital, en la Argentina prevalecen los fabricantes nacionales. En Chile, mientras tanto, se utilizan los equipos que en nuestro país también son parte de la plataforma de la TDA. Recordemos además que el Estado argentino, a través de ARSAT, brinda servicios de transmisión de datos, telefonía y televisión, dando el soporte técnico a la televisión digital abierta, lo cual no tiene equivalente del otro lado de la Cordillera.

También son de Liecom los filtros de máscara utilizados en Argentina por los canales comunitarios, mientras que los que colocarán los chilenos en el contexto de la ejecución de los fondos FDT serán, de acuerdo con las propuestas técnicas presentadas al momento del concurso, de la italiana Com-Tech. Los moduladores y multiplexores son los mismos en ambos países: todas del fabricante argentino VideoSwitch, que también importa de China y re ensambla los encoder que las emisoras alternativas utilizan. En tanto que los sistemas irradiantes en Chile son Aldena y en Argentina, mayormente de Novus.

FIGURA 18. Diagrama de salida futura en digital presentado por PAREStv en el marco del proyecto financiado por el ex Ministerio de Industria.



En la experiencia chilena, se destaca la estrategia de legalización y digitalización adoptada por la Asociación Audiovisualista de Televisoras Comunitarias, a instancias de Señal 3 La Victoria, que a la vez es la primera en digitalizar en ese país. En función del acuerdo con la empresa de soluciones tecnológicas SERCOM Broadcasting Intelligence, la elaboración de las carpetas técnicas para los concursos, así como el armado de la línea de transmisión, quedó tercerizado en esta casa importadora, *partner* y representante de marcas y productos, entre los que se destacan, justamente, Egatel, Com-Tech, Aldena y Videoswitch como productores de los equipos que coloca en el pequeño mercado que supone la televisión local de carácter comunitario.

Las articulaciones de segundo grado adquieren cada vez mayor protagonismo en el desarrollo del fenómeno a ambos lados de la Cordillera. En el país andino, una mayor longevidad y persistencia de las experiencias de televisión comunitaria a lo largo de más de dos décadas posicionaron mejor las articulaciones y las resoluciones conjuntas de los principales problemas de cara a la legalización en el contexto de la transición digital. Es decir que una base social movilizadora fue capaz de apropiarse de las televisoras, clave para su sostenibilidad. En Argentina, a pesar de una historia de 30 años, el fenómeno atravesó diferentes etapas y con ellas la construcción de diferentes herramientas. Por lo tanto, la juventud de CONTA explica cierta informalidad en las estrategias colectivas para la migración en comparación a la experiencia chilena, que en su lugar son reemplazadas con líneas de acción centradas en la puesta en común de conocimientos tecnológicos, pero todavía sin planificación.

En otras palabras: no se desarrollaron aún estrategias formales de acercamiento a los proveedores para comprometerlos en la pelea por el sostenimiento, ya que la política de fomento se destina en buena medida a la compra del equipamiento digital. Un esquema básico de salida, sin calcular mantenimiento ni soluciones a conos de sombra, de acuerdo con presupuestos actualizados a 2019 ronda los 45 a 50 mil dólares estadounidenses, contando transmisor UHF de baja potencia, placa UTR, pre corrector, modulador, multiplexor, encoder, filtro de máscara, torre con armado y colocación y sistema irradiante. A esto hay que agregar el equipamiento de piso y de calle, necesario para el registro, y las obras edilicias. Tampoco se impulsaron articulaciones o mesas de negociación que incluyeran al Estado, los fabricantes nacionales y las televisoras comunitarias, como en parte sí sucedió en Chile con los acuerdos entre la Asociación de televisoras, la SUBTEL y SERCOM. Esto pese a que la transición digital en la Argentina se encuentra más adelantada que en Chile, como analizamos en el apartado 6.1.

Dentro de este escenario general, las emisoras comunitarias argentinas llevan la delantera respecto de la digitalización de sus plantas transmisoras. En 2019 emitían en la

televisión digital terrestre tres operadoras comunitarias con licencia y dos licenciatarias vinculadas con licencia, y dos operadoras sin papeles y una vinculada con licencia se encontraban realizando la puesta a punto. A esto se puede sumar, aunque pertenece a otro colectivo identitario, el canal Wallkintun perteneciente a la comunidad mapuche de Bariloche. En Chile, sólo Señal 3 La Victoria se encontraba presta a la salida en digital, mientras que otras tres emisoras se encontraban en plena ejecución de los fondos FDT para implementar la transmisión. Sin embargo, al no existir relaciones formales entre las agrupaciones de televisoras comunitarias en ambos países, tampoco se socializan presupuestos ni opciones de transferencia tecnológica, lo que puede representar para el sector un eje a desarrollar en el futuro de manera regional.

También es un indicador del estado de avance del proceso de digitalización la formalización de las áreas técnicas dentro de los canales. La información recolectada muestra que en Argentina el 37,5 por ciento de los canales cuenta con una división en áreas que incluye la atención de un área técnica, en tanto que en Chile ésta es del 33,3 por ciento de las emisoras. Es decir que en ambos países todavía prevalece el “todos hacen todo” por sobre la especialización disciplinaria, aunque se muestran algunos adelantos:

El conocimiento del funcionamiento y acceso al equipamiento de transmisión (multiplexor, encoder, transmisor y torre) está reservado a quienes se encargan puntualmente del área. Entendemos que el rol técnico está íntimamente relacionado con las prioridades políticas que se definen al interior del colectivo, y por eso la importancia de que aquellos y aquellas que lo tienen como responsabilidad sean compañeros y compañeras capaces de articular lo político y comunicacional con este aspecto. Pero por otro lado, los roles para la salida al aire o grabación de programas son rotativos. Por este motivo el acceso y ejecución de tareas dentro del control y dirección es de la totalidad de las y los compañeros que forman parte del canal. (Lavila, entrevista 2018)

Los canales que lograron construir estructuras de trabajo relativamente estables son también los que funcionan con mayor nivel de especialización. A esto se suman en los dos países los aportes particulares de diferentes personas con saberes específicos, algunas ellas trabajadores y trabajadoras de la industria televisiva o de las mismas casas dedicadas a la venta e instalación de equipamiento de audio y video profesional. En todos los casos, los testimonios destacan la participación en los canales comunitarios como espacios creativos que, en sus lugares de trabajo, estas personas no encuentran. Milcíades Peña, director de Urbana TeVé, sostiene que la falta de un área técnica se suple con “consultas colaborativas” a técnicos cercanos a los canales: “Tenemos prestado al técnico de la cooperativa de cable del barrio” y “un vínculo fuerte con Juan Rojo, de Digital Center” (entrevista 2018).

La migración a digital también impacta sobre el proceso de trabajo de las emisoras, y las obliga a revisar tanto las formas de funcionamiento y como la imagen de salida al aire, debido a la gran sensibilidad que tiene la alta definición. Si por un lado la tecnología amplió las posibilidades respecto al mundo analógico (“hoy hasta podés salir con un teléfono en una emisión en vivo, antes era imposible; tampoco existían programas de automatización de video, armar la grilla de manera artesanal era muy difícil”, sostiene Gusmerini, entrevista 2018); por el otro generó nuevas preocupaciones que se fueron agregando a la medida del desarrollo del proyecto:

Cuesta generar algo que se vea lindo [...]. La escenografía siempre es una búsqueda, pero el hecho de haber saltado del SD al HD no sólo en la producción de contenido, la generación, sino también en la emisión hace que cualquier decorado que no esté apto o en buenas condiciones se vea peor. Una telaraña se ve, cosas que antes con el analógico no pasaban. Por eso tenemos una preocupación por no desentonar en la grilla, que cuando cambien de canal no digan “uy esto que feo”. La verdad el proyecto no nació con esta preocupación; la realidad es que buscábamos un lugar donde pasar los contenidos que generábamos. (Gusmerini, entrevista 2018)

En este sentido y a pesar de la subejecución, el hecho de que el fomento en Argentina sea más integral que su par chileno es un diferencial importante, como destacamos en 6.2., ya que permite abordar la migración a digital como un todo, y no sólo como un proceso técnico de puesta en el aire. Luis “Polo” Lillo explica que el FDT es “sólo para el transmisor, antena, cable y generador. No hay dinero para cambio tecnológico como cámaras, *switcher*, sonido e iluminación y menos para desarrollo de contenidos”, y destaca que “nadie sabe si va a haber más fondos para los próximos concursos o si existirán concursos” (Lillo, entrevista 2018).

En el caso de Barricada TV, las políticas de fomento dieron lugar a la digitalización del equipamiento y planta transmisora para comenzar las emisiones en la televisión digital abierta, pero también permitieron ordenar la gestión, mejorar el set y los decorados y realizar contenidos, destinando recursos a la producción audiovisual integral. Esto favoreció el crecimiento del canal, multiplicando las fuentes y las voces en pantalla a través de la formación de equipos para la cobertura de los conflictos sociales y políticos y de las actividades culturales que se desarrollan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Pero esto se logró después de un largo recorrido,

y tuvo diversas estrategias: desde reclamos y movilizaciones hacia la AFSCA, luego ENACOM, campañas de visibilización de las problemáticas de los medios alternativos y en particular de las televisoras, hasta numerosas presentaciones judiciales que continúan al día de hoy por el ingreso de nuestras señales a las cableoperadoras. Sacar

el reclamo a la calle implicó rodear nuestra lucha de la solidaridad de aquellas organizaciones y movimientos que acompañan el proyecto, y no restringir el reclamo al aspecto meramente comunicacional para hacerlo político. [...] Por eso la carpeta de antecedentes que entregó Barricada TV en el 2015 al presentarse al concurso público estuvo acompañada por cientos de firmas de apoyo que demostraron el arraigo, pertenencia y acompañamiento mutuo de la televisora hacia las trabajadoras y los trabajadores de distintas ramas, las empresas recuperadas, las vecinas y los vecinos que desarrollan trabajo territorial, cultural y educativo, entre otros. También desarrollamos una campaña para que potenciales audiencias sintonicen la señal, con un arduo trabajo en redes sociales, publicidad en carteles con presencia en la vía pública, en el subte y en medios de comunicación. (Lavila, entrevista 2018)

El encuentro con las audiencias como parte de las condiciones de posibilidad para la televisión comunitaria en el contexto de la transición a digital también es una preocupación en Urbana TeVé y Canal 4 de Mar de Ajó. Además de “ordenar la gestión”, una ley que reconozca al sector y políticas de fomento que permitan generar recursos, para el director de la emisora de Villa 31 “vos podés tener funcionando todo bien, que el sistema digital esté saliendo perfecto, que tengas la normativa, que logres el recurso para instalarte y fracasar en la disputa de las audiencias” (entrevista 2018). Para Daniel Vidal, en un sentido similar, el elemento fundamental para que la transición a digital sea posible es la existencia de “una matriz social” que cobije a sus emisoras: “Si una comunidad no piensa en eso difícilmente anhele que pase, por más que tengas todas las condiciones materiales” (Vidal, 2018).

Esto es una constante en los dos países, y se vincula con la función social del medio y con su sostenibilidad a lo largo de los años. En Chile, las televisoras emiten desde hace 15 o 20 años, sin papeles, sin fomento, como se pueda, porque su comunidad es la que las sostiene. Como sostiene Lillo, “el desafío es crear y en eso estamos. Estamos haciendo los esfuerzos de tratar de ayudar a crear la mayor cantidad de canales que podamos, siempre lo hemos hecho”. En esa creación y multiplicación de canales, la experiencia de la Escuela de televisión comunitaria es una política concreta. Ahora, con el proceso de legalización y de digitalización en ciernes, la apuesta se redobla para “traspasar el conocimiento de lo que nos costó y de todo lo que hay que tener para poder postular” (Lillo, entrevista 2018).

Más allá de los matices en el desarrollo de la experiencia en ambos países, la pequeña dimensión que el fenómeno adquirió da cuenta –siguiendo los planteos de Mattelart & Piemme en *La televisión alternativa* (1981)-, de que a pesar del discurso democratizador que acompaña la transición digital, la tecnología por sí misma no es capaz de materializar la pluralidad de voces. Todos los testimonios colocan el éxito o fracaso de la transición digital en un contexto mucho mayor, que se ubica en el terreno de la voluntad política para la aplicación de los marcos

normativos, la apertura de concursos adecuados a la naturaleza del sector, el impulso de políticas de fomento y el grado de concentración del mapa de medios, pero fundamentalmente, en la existencia de una base social capaz de apropiarse de la herramienta y en la multiplicación de los canales para hacerlos más poderosos como actor:

Sería una maravilla que hubiera una réplica de canales como Barricada, como Pares, como el 4 de Mar de Ajó, como los que integran CONTA, en cada ciudad. Que tengan su canal propio de aire, gratuito, entonces la ecuación hubiese sido muy distinta. [...] Hoy ya nos encontramos en una posición que sabemos cómo movernos en grupo y lograr objetivos, pero que me gustaría que una réplica de esto se diera en el interior y que cada ciudad cuente con su canal propio, y la verdad es que eso no se dio. La vara fue muy alta, fue muy difícil, hay muchos canales que conozco que han quedado en el camino, que no han podido saltar todas las dificultades que conlleva sostener una emisora. Somos muy pocos, canales somos muy pocos. El 33 por ciento que está destinado a los sin fines de lucro está subexplotado. (Gusmerini, entrevista 2018)

## 7. Conclusiones

### *7.1. La televisión alternativa en la transición digital*

Cuando comenzamos este trabajo nos preguntamos por las condiciones de posibilidad y las estrategias desarrolladas por la televisión alternativa, popular y comunitaria en la transición digital a través de un estudio comparado de casos en Argentina y Chile. Dos países, los más grandes de la región austral del Cono Sur, donde unas pocas televisoras no lucrativas lograron obtener licencias a través del concurso público de antecedentes, en un hecho inédito en la historia de la radiodifusión a ambos lados de la Cordillera. Dos países donde, como se mostró, se mantienen y profundizan niveles elevados de concentración mediática que actúan como barrera de entrada al sistema de medios, pese a los intentos de aplicar regulaciones conceptualmente alineadas con los estándares interamericanos en materia de libertad de expresión, en mayor o menor medida (Becerra & Mastrini [2017] destacan la cualidad conglomeral y la presencia de grandes y pocas corporaciones en los mercados relevados de América Latina).

En ambos países los cambios tecnológicos y los cambios normativos modificaron el panorama de los medios alternativos, populares y comunitarios en el período estudiado (2008-2018), ya que la renovación tecnológica que supone el despliegue de la televisión digital terrestre se dio en paralelo al debate y sanción de normativas que reconocieron a los medios del sector social comunitario como prestadores de derecho, después de largos años de exclusión legal. Si bien la aplicación de la normativa fue lenta y parcial, la reserva del 33 por ciento de todas las localizaciones del espectro radioeléctrico para los prestadores privados sin fines de lucro –aunque elude una definición específica para los medios alternativos, populares y comunitarios–, y la disposición de un fondo de fomento establecido dentro de la misma norma,<sup>159</sup> puso a la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual argentina a la vanguardia entre los 13 países latinoamericanos que reconocen al sector.

---

<sup>159</sup> Nos referimos al Fondo de Fomento Concursable FOMECA, ordenado mediante los artículos 96 y 97 inciso f de la ley 26.522, destinado a acompañar el proceso de digitalización de las emisoras comunitarias.

En Chile, la reserva establecida a través de la ley 20.750 de introducción de la televisión digital quedó acotada al 40 por ciento de las localizaciones sobrantes luego de la migración de los actuales operadores, y se comparte de manera indiferenciada con las emisoras locales, locales de carácter comunitario, regionales y con aquellas consideradas educativas y culturales por el CNTV. Esta diferencia en el tratamiento legislativo se proyecta también sobre el fomento para la televisión comunitaria, que a diferencia de la Argentina no está ordenado de manera categórica dentro del texto de la ley, aunque el artículo 12 inciso b llama a “promover, financiar o subsidiar la producción, los costos de transmisión o la difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario”.

Estas diferencias en las condiciones de producción argentinas y chilenas explican un grado de avance mayor en el proceso de digitalización para las primeras: la información recolectada muestra que en la Argentina ya se encuentran emitiendo regularmente en televisión digital abierta tres canales comunitarios con licencia en la modalidad operador (es decir, responsables del multiplexado) y uno con licencia en la modalidad vinculado; en tanto que uno con licencia, uno con autorización precaria y uno sin papeles se encuentran en plena migración y otro llegó a emitir en digital, sin papeles, pero fue decomisado –como desarrollamos en extenso en 4.5.5. En contraste, en igual período sólo un canal chileno ha logrado digitalizar su planta, y recién se encontraba realizando las primeras pruebas experimentales de emisión al cierre de estas líneas, en tanto otros tres comenzaban el proceso de adquisición de equipamiento.

En cuanto al proceso de digitalización, si bien la adopción de la norma técnica ISDB-T en ambos países es de 2009, el ordenamiento normativo fue anterior en la Argentina (la ley 26.522 es de 2009, mientras que la ley chilena 20.750 es de 2014 y el plan digital de 2015), y se acompañó con una intervención estatal activa tanto para el desarrollo de la TDA como para la realización de contenidos digitales. La plataforma nacional de televisión digital se declaró de “interés público” en 2010 mediante el decreto 364, que instruyó a la jefatura de Gabinete de Ministros a realizar “los ajustes necesarios” para atender los requerimientos que surgieran de ese acto. El Chile la ley 20.750 se mantuvo en debate parlamentario seis años, y atravesó los primeros gobiernos de Michelle Bachelet y Sebastián Piñera, aprobándose recién al inicio del segundo mandato de Bachelet. Esta demora impactó en los tiempos de la digitalización de los canales comunitarios, ya que las primeras concesiones son de 2018 mientras que en Argentina los primeros concursos son de 2015, aunque seis años después de la sanción de la ley 26.522.

El hecho de que el fomento destinado a la migración se concentre sobre todo en un instrumento, el fondo concursable Fomeca, cuyos beneficiarios excluyentes son los medios

comunitarios, de pueblos originarios y de frontera, y que este fondo sea abierto anualmente sin restricciones en cuanto a la cantidad de presentaciones, aporta un elemento sustancial para la consecución del proceso de digitalización de un sector que parte de una base de precarización tecnológica y de gran artesanidad en la gestión. En Chile el fomento se divide en dos organismos, uno que financia la realización de contenidos y no es exclusivo para emisoras comunitarias (el Fondo CNTV), y otro centrado en el despliegue digital, que se llama por zonas de concesión y se dirige a las emisoras con licencia (FDT de la SUBTEL), lo que lleva a exigir de parte del movimiento de televisoras comunitarias una política “interministerial” capaz de responder a las necesidades del sector de manera coordinada (Lillo, entrevista 2018).

En este sentido, el caso argentino –con sus debilidades y en comparación con el chileno– presenta un mayor acercamiento a las recomendaciones para lograr una transición diversa, plural e inclusiva de la Relatoría de la Libertad de Expresión de la CIDH (RELE, 2015), en lo que hace a la garantía del Estado en relación al fomento a la diversidad de actores y pluralidad de voces. Esto se evidencia en un mayor número de experiencias, dentro del universo, que han logrado “subir” a la televisión digital y pujan por funcionar en ese escenario, no obstante la ralentización en la ejecución del fondo Fomeca, su fuerte ajuste en los últimos años y a la deuda que el AFSCA/ENACOM mantiene de más de 1.000 millones de pesos no ejecutados como marca la ley 26.522, como analizamos en el capítulo 4 (más de 26 millones de dólares estadounidenses, tomando como referencia el tipo de cambio a diciembre de 2018).

Esto permite advertir que la política pública es uno de los elementos necesarios para que la asimetría en el punto de partida no obture las posibilidades de migración a digital de las emisoras históricamente menos favorecidas; y su achicamiento o ajuste configura uno de los principales problemas que enfrenta el sector en el marco de un proceso que exige una renovación radical de todo el equipamiento, y que compromete la puesta en pantalla y la arquitectura televisiva como totalidad. Pero, si de un lado el fomento es crucial, del otro la dependencia hacia estos fondos para sostenerse enfrenta a los canales a un importante grado de vulnerabilidad, y les exige un estado de movilización permanente para su mantenimiento y defensa. En este sentido, las organizaciones de medios comunitarios también incluyen entre sus demandas una ley de publicidad oficial que transparente el reparto de la pauta, necesaria para lograr ingresos que permitan sostener los costos fijos y crecer en escala.

El abordaje metodológico de la tesis fue cualitativo, a partir de un estudio comparado de casos que combinó el análisis documental, la lectura de leyes, decretos y resoluciones, datos estadísticos tomados de fuentes oficiales y entrevistas a actores y actrices clave. De estas entrevistas se concluye que, para que el tránsito de la TV comunitaria a digital sea “exitoso”,

deben combinarse una serie de elementos: “políticas regulatorias, normativas y de financiamiento por parte del Estado”, “concursos públicos”, “marcos concretos que otorguen reconocimiento al sector comunitario”; “políticas de fomento”; “una ley de publicidad oficial”; “asesoramiento y capacitación para las personas que trabajamos en las televisoras”; “la profesionalización de la estructura de trabajo”; “lazos de intercambio y articulación con los organismos estatales”; “una inserción fuerte en la comunidad”; “militancia”; “articulación con organizaciones sociales y políticas”; “capacidad de movilización para lograr conquistas y defenderlas”; “moverse en grupo”.

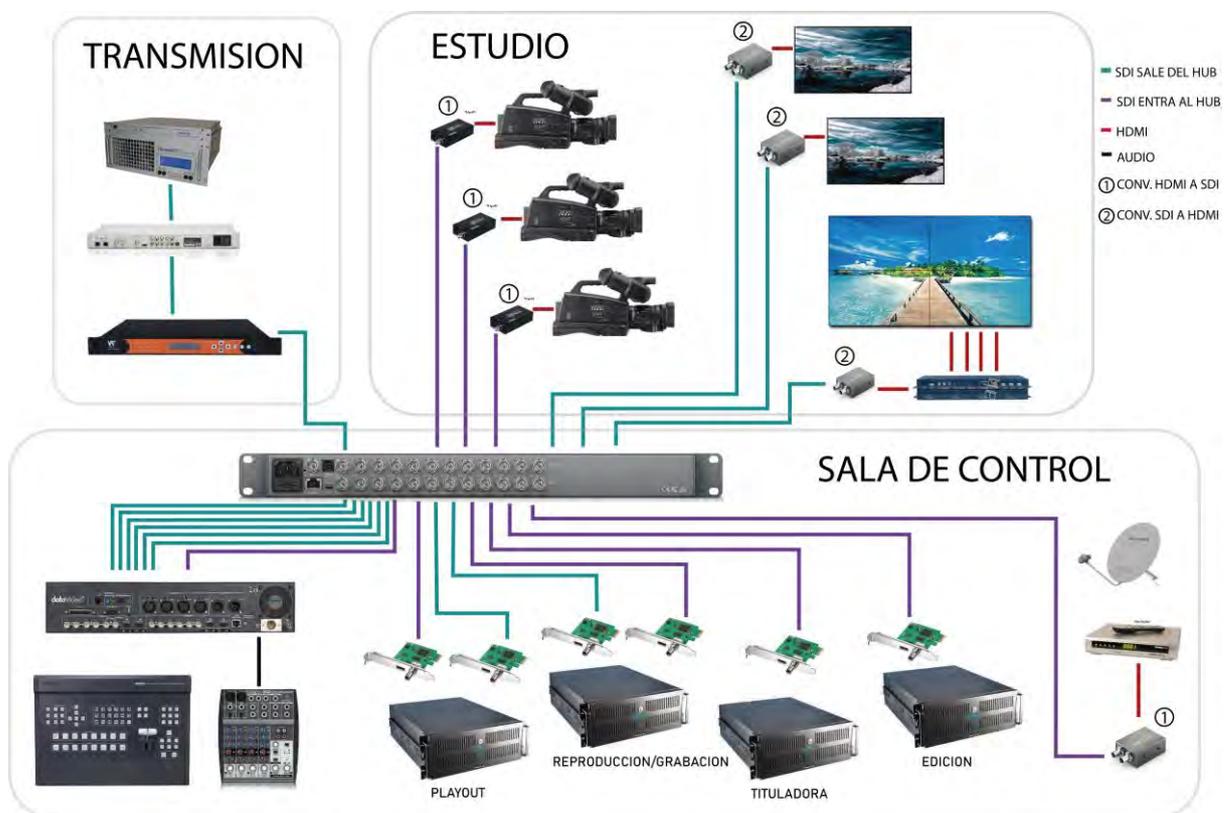
Estos elementos se armonizan con otros. A lo largo de la investigación encontramos que las políticas públicas de reconocimiento y apoyo al sector, la profesionalización de la gestión, la apropiación y transferencia tecnológica, la acción coordinada entre las televisoras, su historia y organización en espacios más amplios, la inserción social y la movilización para garantizar los derechos son los pilares que permiten acortar el camino hacia la tecnología digital. Pero también advertimos que, aunque la transición en algunos casos se logre, esto no significa o no implica necesariamente que la televisión alternativa actúe como contrapeso en el mapa de medios de sus respectivos países, ni garantiza el funcionamiento de las emisoras ni su encuentro con las audiencias. La digitalización es un paso, y no un lugar de llegada; es decir que el éxito o fracaso de la tecnología no depende de sí misma sino del modelado social que la recibe.

Como desarrollamos a lo largo de las páginas anteriores, la migración de la televisión alternativa se da a la par de la migración de todo el sistema televisivo. En el plano de la tecnología, esto por un lado genera desafíos así como por el otro impone limitaciones. Los desafíos están en el orden de la apropiación tecnológica, porque los canales de alta, media y baja potencia enfrentan problemas similares en el manejo del equipamiento (aunque su resolución es desigual), y el armado de las líneas de transmisión y control son semejantes desde el punto de vista del tipo de equipamiento necesario. El resultado en la pantalla, en lo que hace a la alta definición, es el mismo. Por eso la preocupación de PAREStv, el canal argentino de Luján, de “no desentonar” estéticamente en el paisaje que componen las señales en la grilla de la televisión digital abierta (Gusmerini, entrevista 2018).

Las limitaciones tienen que ver con el estado de avance de la migración de todo el sistema, con el encendido digital y las disputas por el uso del espectro (entre comunicación audiovisual y telecomunicaciones); y consecuentemente con el encuentro entre esta tecnología y las audiencias. Como desarrollamos a lo largo de este trabajo, en Argentina el 82 por ciento del territorio nacional está cubierto por la plataforma de ARSAT, aunque el desfinanciamiento producido durante la presidencia de Mauricio Macri afectó su continuidad y empobreció la

grilla, haciendo menos atractiva su oferta, y eliminó el programa Fútbol para Todos. No obstante, si bien en la gestión anterior hubo política pública de promoción de contenidos digitales y de reparto de decodificadores entre los sectores más humildes de la población, sumado a una política activa que hizo que el Estado se hiciera cargo del desarrollo de la infraestructura para la TDA, esto no fue acompañado por una política sistemática de comunicación o por una pedagogía del consumo, y se mantuvieron altos niveles de desconocimiento.

Pero más importante aún resulta el hecho de lo haber logrado traspasar la cultura del consumo de la televisión por cable, cuyos niveles de penetración son los más altos de América Latina. Los últimos datos de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017, una iniciativa del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA), muestran que si bien el 95,8 por ciento de las personas miran televisión, sólo el 5 por ciento lo hace a través de la TDA; el 20,8 se mantiene con la televisión analógica (recordemos la prórroga del apagón para 2021, lo que hace de este porcentaje un universo posible para la TDA), y el resto se divide entre la presencia masiva de la televisión de pago (cable y en menor medida televisión satelital). Esto condiciona enormemente la posibilidad de que actores sociales, aun logrando estar institucionalmente reconocidos como emisores en TDT, puedan disputar sentido desde la televisión digital, y pone



*Conexión de Barricada TV a 2018.*

en primer orden el reclamo de ingreso a la grilla del cable por parte de los canales alternativos argentinos.

En Chile el despliegue de la televisión digital es mucho más lento que en el caso de nuestro país, abarcando en 2018 sólo el 14,1 por ciento de las antenas. Según un informe del CNTV (2018b), el nivel de desconocimiento es todavía del 64 por ciento de la población, a nueve años de la adopción del estándar técnico y de la puesta en venta de los primeros televisores capacitados para recibir la señal abierta digital ISDB-T. Si bien el recambio de aparatos en los hogares fue rápido, el informe enfatiza la necesidad de políticas públicas que acompañen la migración de todo el sistema y colaboren con la difusión de la tecnología entre la población:

Los hallazgos sugieren la necesidad de diseñar y ejecutar una campaña de comunicación para incrementar los niveles de conocimiento de la TDT, tanto en la población general, como en grupos específicos donde este desconocimiento es mayor y que son de especial interés para la política pública. En particular, se debe visibilizar la TDT como una mejora de la oferta actual, con múltiples ventajas, y que responde directamente a varias demandas de la audiencia: más diversidad de oferta, mejor calidad de imagen, posibilidad de canales culturales o infantiles. Varios países han intencionado la comunicación, pero también han ofrecido subsidios a televisores o *set top boxes* (STB) en localidades con baja densidad poblacional, generalmente rurales, y a públicos menos tecnologizados, como los adultos mayores. Este estudio identifica segmentos poblacionales que podrían requerir de estas políticas. (CNTV, 2018b: 41)

En este sentido la implementación de la televisión digital terrestre es incompleta o fallida en ambos países, por motivos diferentes. En Chile, como se advierte, la derivación de la responsabilidad de construcción de la plataforma hacia el mercado conspiró contra un avance más rápido de la digitalización a nivel nacional, lo cual llevó a prorrogar el apagón por presión de la cámara empresaria de la televisión, pero a requisito de cumplir con porcentajes de digitalización de manera escalonada hasta llegar al 80 por ciento en 2022. En el caso argentino, un Estado activo en el diseño de la transición tampoco logró cumplir con los objetivos del encendido digital, encontrándose con dificultades para superar la barrera de un consumo masivo e histórico de la televisión de cable en todo el país. Marino (2017) muestra cómo desde su aparición, entre 1963 y 1967, este servicio “creció hasta componer una plataforma en la que los operadores privados decidían exclusivamente guiados por su lógica comercial sobre sus modos de financiamiento, contenidos ofrecidos, zonas de cobertura, horarios y modos de emisión, calidad de servicio y otros elementos” (pág. 289); luego atravesó un proceso de re-regulación durante la década neoliberal que llevó a la conformación de los grupos multimedios y, más

tarde, volvió a reconfigurar la escena con una concentración “aún más potente que la que había cerrado el período de la larga década neoliberal” (pág. 292).<sup>160</sup>

En este marco, cabe preguntarse si la legalización en televisión digital no terminará siendo, en los hechos y en ambos países, una suerte de compensación simbólica: los concursos y primeras licencias para la televisión alternativa, popular y comunitaria son históricos en términos de saldo de una deuda de décadas con el sector (aunque el número dista en mucho de las expectativas generadas por el discurso y las normativas democratizadores en la región), pero se otorgan en el marco de una renovación tecnológica rezagada, que no logró implantarse entre las audiencias, y por lo tanto su posibilidad de funcionamiento queda acotada al grado de penetración de la tecnología en general, una variable que excede a las emisoras y las sigue manteniendo en los márgenes del sistema de medios, lejos de cumplir con un rol de contrapeso frente a la concentración en tiempos de convergencia. De esta manera, se sigue manteniendo la asimetría que los actores del sector alternativo, popular y comunitario enfrentan históricamente.

Esto nos lleva a recuperar el debate acerca de las tecnologías, poniendo en cuestión el optimismo tecnológico que encuentra en ellas la llave de la democratización. El cambio de tecnologías no resuelve el problema de la concentración ni garantiza la diversidad si no se cambia el paradigma de la comunicación. Si bien es cierto que la transición digital ofrece una oportunidad material para la democratización en términos de su mayor eficiencia de espectro, habilitando un mayor número de prestadores por canal digital, si ésta no es recibida por el modelado social, haciéndola parte de su dieta de consumos culturales, y si no se acompaña de políticas públicas destinadas a garantizar la pluralidad y la diversidad, esa oportunidad queda en el vacío. Por lo tanto, el futuro de la televisión alternativa, popular y comunitaria no puede separarse del futuro de la televisión digital terrestre: como sostienen Albornoz & García Leiva (2012: 29), “nunca está de más recordar que los medios sociales de comunicación reflejan el

---

<sup>160</sup> Sostiene Marino: “La compra de Cablevisión (la principal operadora por entonces, prestadora además del servicio de internet por banda ancha con su firma Fibertel) que realizó el Grupo Clarín en noviembre de 2006 alteró nuevamente la estructura, produjo una escena de concentración aún más potente que la que había cerrado el período de la larga década neoliberal (ya que desde la fusión con Multicanal, el principal jugador dominó más del 60% del mercado, de los abonados y de la facturación) e implicó un regreso al dominio del capital argentino en la de televisión por cable. Algunas acciones de la dinámica del mercado (como la fusión Cablevisión-Multicanal) y algunas de las decisiones de las políticas adoptadas (o sus objetivos y efectos, como la sanción de la Ley de Protección de Bienes e Industrias Culturales de 2003 y el decreto 527 de 2005) sirven como ejemplos de la continuidad de la lógica neoliberal en la televisión por cable en todo el período”. (Marino, 2017: 292) A esto se suma, ya durante el período macrista, la fusión entre Cablevisión y Telecom, que abrió un nuevo capítulo en la profundización de los niveles de concentración en la propiedad, la infraestructura, los contenidos, la cuota de mercado y el acceso a los recursos.

peso de las tradiciones culturales, políticas, sociales y económicas en los usos que las sociedades hacen de las tecnologías a su disposición”.

La migración se da en el contexto de la convergencia y de la profundización de la concentración de medios e industrias culturales en América Latina, con pocas empresas que dominan el mercado y captan la mayor parte de los recursos (Becerra, 2015: 50), impidiendo el desarrollo sostenible de competidores más chicos y dificultando el ingreso de nuevos actores al ecosistema mediático. Industrias, gobiernos y radiodifusores se disputan el uso del espectro, en un marco de crisis del modelo de negocios de la televisión en particular, de los medios de comunicación tradicionales en general, y de “la búsqueda de rentabilidades ampliadas por parte de otros sectores económicos como la industria electrónica de consumo masivo o las telecomunicaciones” (Albornoz & García Leiva, 2012: 29).

En este aspecto encontramos en las emisoras argentinas una mayor preocupación por hacer de la legalización y de la migración a digital no un punto de llegada (que significaría una suerte de “exclusión sofisticada”), sino un punto de partida para la exigencia de acarreo a las compañías de cable, como mandan las resoluciones 1394/2016 y 5160/2017 de ENACOM –y como ya estaba presente en la ley 26.522, hasta que el DNU 267 de 2015 reubicó el servicio de cable en el orden de las telecomunicaciones-. Las dificultades para lograrlo evidenciadas hasta ahora muestran que a cada avance conquistado por el sector, el celo de los grupos concentrados en la defensa de su interés interpone nuevas barreras. Que esta preocupación esté más presente en la experiencia argentina que en la chilena se explica por un mayor tiempo de desarrollo de la TDT, y de visualización de sus posibilidades y limitaciones. De otra forma, ¿con qué objetivo podría reclamar la legalización el Canal 4 de Mar de Ajó, donde la torre de la TDA nunca se inauguró? Sólo una televisora, PAREStv, pudo ingresar a la grilla de la cableoperadora local. El recorrido desde las primeras emisiones hasta el cable demoró diez años, después del primer avance que significó la emisión en la televisión digital. La demora en conquistar los primeros resultados evidencia las dificultades que atraviesan estas experiencias para funcionar con oportunidades en el ecosistema de medios.

La penetración de la televisión de pago o por suscripción en América Latina alcanzó en 2018 los 89,45 millones de hogares, lo que representa una penetración del 51 por ciento a nivel regional. Esto dificulta el escenario de la televisión alternativa. Como desarrollamos hasta acá, Argentina es el país con mayor penetración de TV de pago en América Latina, con más de 11 millones de hogares suscriptos, lo que representa una cobertura del 78 por ciento; en tanto que Chile presenta una penetración del 63 por ciento, lo que equivale a 3,71 millones de hogares (Business Bureau, 2018). Con una llegada de la televisión abierta reducida a poco más del 20

por ciento en el primer país, y al 37 en el segundo, el cumplimiento de las reglas de *must carry* es clave para que la televisión alternativa pueda disputar audiencias masivas.

Una vez más, para el sector social comunitario cada paso implica atravesar fuertes obstáculos: los estándares internacionales, así como el reconocimiento obtenido por el sector en las normativas sancionadas en los últimos lustros, no funcionan como una terapia social para corregir desigualdades y resolver automáticamente la democratización. Ni las legislaciones, ni las tecnologías, pueden soslayar los efectos de las relaciones de producción en el cuerpo social (Mattelart & Piemme, 1981: 70). Esto no significa que los cambios normativos y las políticas públicas carezcan de importancia; al contrario, como mostramos a lo largo de estas páginas, son el resultado de una larga pelea por la incidencia, es decir, por ampliar las condiciones de posibilidad, y son una importante reivindicación democrática conquistada; a la vez, constituyen un punto de partida para asumir, desde la organización de los medios comunitarios, el tamaño de la pelea por la disputa de un espacio en el marco de un sistema de medios concentrado, dominado por pocos conglomerados en expansión.

## *7.2. Estrategias y recomendaciones para el campo de la alternatividad*

Los canales argentinos y chilenos se dieron diferentes estrategias para alcanzar la legalización y migrar a digital. Estas estrategias fueron fundamentales para ampliar las condiciones de posibilidad de la televisión alternativa en el complejo escenario de la transición, y manifiestan recurrencias y variaciones a ambos lados de la Cordillera. En Chile el fenómeno es más lento, pero las emisoras que lo encabezan llevan más de 20 años en el aire y han logrado sostenerse todo ese tiempo gracias a una importante inserción en su comunidad. Si bien las entrevistas dan cuenta de las dificultades para la movilización callejera en torno de sus demandas (la experiencia argentina se observa con mucha atención), el carácter militante de las principales animadoras y un acumulado social de años les permitieron conquistar los primeros concursos y, tras años de escaso a nulo fomento, el acceso al fondo FDT para la implementación del sistema de transmisión digital.

“Golpear puertas” y “presionar”, confluir en organizaciones de segundo y tercer grado aparecen en los dos países como parte del camino construido por las televisoras para llegar a concursar y para asumir las alternativas de la migración, en un contexto de enorme desconocimiento acerca de la tecnología digital. Esto lleva a advertir que en ninguno de los dos casos las licencias se obtuvieron sin superar numerosas trabas: aunque el panorama mejoró

sensiblemente en los dos países respecto de las leyes anteriores, que excluían de la legalidad a las televisoras comunitarias, tanto en Chile como en Argentina las licencias se lograron luego de la demanda constante de apertura de concursos que contuvieran la realidad del sector social comunitario, y en ambos casos tuvieron que atravesar barreras de subestimación y superar exigencias vistas desde el andamiaje y modo de producción de la televisión comercial.<sup>161</sup>

Podemos sostener que la incidencia de las redes de medios comunitarios y ciudadanas en el diseño de la política pública, en este caso específicamente sobre la normativa, fue mayor que su incidencia en la aplicación. También, que en la Argentina tuvo más alcance; mientras que en Chile, de acuerdo con el balance de la Mesa de Ciudadanía y Televisión Digital, la incidencia fue muy menor (Sáez Baeza, 2014 y 2015). Es decir que en los dos países la legalización no fue de un punto a otro en una recta, sino que requirió de la atención y la presión constantes para hacer efectivo ese derecho (quedando aún muchas televisoras en el camino). En Chile los primeros concursos tardaron cuatro años en substanciarse desde la aprobación de la ley 20.750; en Argentina, seis. En ninguno de los dos casos los concursos abiertos contuvieron al universo de canales, abriéndose menos que las televisoras operativas. En Argentina, tras los llamados de 2015 y el cambio de gobierno, no hubo nuevas convocatorias. En Chile el CNTV anunció en 2019 la finalización de la primera ronda de concesiones, y dio inicio a la segunda con el futuro llamado a 31 nuevos concursos para distintos tipos de prestadores.

---

<sup>161</sup> Daniel Vidal, director del Canal 4 de Mar de Ajó, sostiene que “el saber que existe en los medios comunitarios muchas veces es desdeñado. Yo creo que hay un saber, hay un montón de contenidos de medios comunitarios que están buenos y que se pueden potenciar. A veces se cree que porque se ven mal no valen la pena, y son formatos que son novedosos, están buenísimos porque tienen una llegada y una lógica de producción que muchas veces la lógica comercial no permite porque son muy caros o porque no les interesa el tema” (Vidal, entrevista 2018). Por su parte, Luis “Polo” Lillo, referente de Señal 3 La Victoria, afirma que “cuando hablamos con el gobierno queremos que haya un reconocimiento al comunicador social [...]. Nosotros llevamos 21 años haciendo comunicación y no puedo ir a dar una charla a la Universidad porque no tengo mi título honoris causa [risas], o no tengo mi título pagado [...]. Hay una discriminación y una segregación en cuanto a la importancia del comunicador social” (Lillo, entrevista 2018). Finalmente, tanto José Garrido de Challa TV, como Adrián Leal, de Únetev, denuncian como prohibitivas y alejadas del modo de producción de la televisión alternativa las exigencias técnicas y financieras para aplicar a las concesiones así como a los fondos de fomento para contenidos (CNTV) o para infraestructura (FDT de la SUBTEL).

En los dos países la estrategia para concursar fue similar: “tener los papeles al día”, “ganarle a la burocracia” asumiendo “el juego de la legalidad” junto con la presión colectiva y una experticia lograda en la presentación conjunta de las carpetas de antecedentes.<sup>162</sup> En la Argentina la existencia de una institución como la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual dotó a las presentaciones de convenios que dieron mayor volumen a las propuestas, sumadas a otros firmados con Universidades y otras instituciones educativas. Los canales compartieron sus avances, trabajaron con el mismo personal especializado, compartieron la resolución de los balances contables y otras exigencias patrimoniales y de la personería jurídica; y acordaron en las zonas donde funcionaba más de una emisora a qué modalidad presentarse (operador o vinculado), para no competir entre sí, como fue el caso de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Tras esta experiencia, la coordinadora CONTA cobró forma y pasó a constituirse como una de las herramientas construidas en representación del sector ante el Estado.

Sin embargo, y esto es un diferencial importante respecto de Chile, la existencia de papeles precarios conseguidos tras la suspensión de los primeros concursos de 2011, que se



*Acto de entrega de las primeras concesiones en Chile.  
En la esquina derecha, Luis “Polo” Lillo, de Señal 3 La Victoria. Al centro a la izquierda, Carolina Parot,  
presidenta del CNTV en la actual gestión de Sebastián Piñera en el Ejecutivo Nacional.*

---

<sup>162</sup> Esta estrategia es común en las emisoras que se plantearon avanzar en el camino de la legalización, más allá de haber logrado o no alcanzarla. Por ejemplo, en Guaymallén, Mendoza –pese a reiteradas promesas, como desarrollamos en 4.5.7.- nunca se abrió el concurso para Giramundo TV. No obstante, Silvana Iovanna señala que la “puesta al día de la personería jurídica, el trabajo de debate permanente en el grupo sobre la necesidad de digitalizar si queremos crecer, sostener y trabajar en el canal, para que eso nos permita visibilizar otras realidades” son parte fundamental de la estrategia para lograrla. (Iovanna, entrevista 2018)

declararon fracasados, jugaron a favor de las emisoras como un primer paso en el marco de la digitalización. Aunque no se trató de licencias y en este sentido esas autorizaciones atrasaban en relación con las promesas de la ley audiovisual, aquellas que la lograron pudieron alcanzar mayores vías de fomento o subsidios más importantes, que permitieron en algunos casos comenzar la migración a través de la renovación tecnológica en líneas de transmisión, control o registro, y en otros dar inicio a la adaptación de la infraestructura de las emisoras, poniendo sus estudios y planta en valor (PAREStv, Canal 4 de Mar de Ajó, Barricada TV, Urbana TV).

En Chile la forma del llamado para cubrir concesiones no contempló diferentes modalidades de emisión (es decir, con infraestructura propia o a través de infraestructura de terceros), lo que da cuenta de una variación respecto de la experiencia concursal argentina. Las adjudicaciones fueron en todos los casos para televisoras responsables de la planta de transmisión, que debían informar en su propuesta el “remanente no utilizado” dentro de los 6 Mhz otorgados, para poner a disposición de futuras concesiones a terceros sin discriminación, como establece el decreto 167 de 2015, en su artículo 20. Esta situación obligó a que en Santiago, donde funcionan varias emisoras, debieran competir entre sí. El acuerdo fue que aquella televisora que resultara ganadora debía comprometerse a acarrear a las demás; aunque el decreto es ambiguo al respecto (OBSERVACOM, 2016).

Otra variación tiene que ver con la estrategia asociativa impulsada por tres canales chilenos para concursar: Tala TV, Oveja TV e Islita TV, además del canal Niño Dios de Malloco, que finalmente quedó fuera del acuerdo tras profundizarse las diferencias acerca de cómo llevar adelante el proyecto. Esta asociación dio lugar a la propuesta de Únetev, que intenta cubrir una demanda de comunicación regional para la provincia de Talagante, de la Región Metropolitana de Santiago. La posibilidad de unificar esfuerzos en una sola emisora fue parte de varios debates en Argentina (en efecto, fue uno de los puntos programáticos del extinto Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias), pero sin lograr concretarse en una propuesta particular.

Por otra parte, encontramos que aquellas experiencias que avanzaron más en la profesionalización de la gestión (creación de áreas específicas, identificación de roles, estructura de trabajo con retiros, rentas o salarios), son también las que consiguieron licencias en televisión digital. Esto se comprueba tanto en Argentina como en Chile: los canales que logran funcionar de manera regular, manteniendo una grilla estable de programación, tienden a una profesionalización del trabajo y a una percepción de sus integrantes como trabajadores de prensa o de la comunicación. Esto señala que las posibilidades de consolidación de los canales alternativos, populares y comunitarios está en directa relación con su estatuto legal. A mayor

precariedad legal, mayor precariedad organizativa y económica. Por lo tanto, la responsabilidad de los Estados en la apertura de concursos que permitan a las emisoras hacer uso de este derecho es fundamental para que el fenómeno supere la artesanidad, pueda desarrollarse y multiplicarse, ganando en peso propio para ocupar un espacio en el escenario mediático.

Como señalamos líneas más arriba, la militancia, movilización e intervención de las organizaciones comunitarias es clave para ampliar esas condiciones de posibilidad, tanto desde las redes específicas del soporte como aquellas que nuclean a los diferentes medios y formas de ejercicio de la comunicación popular. La experiencia a ambos lados de la Cordillera muestra que la acción de las propias emisoras fue fundamental para la apertura y substanciación de concursos, la efectivización del fomento y la apropiación de la tecnología. En ningún caso fue un trámite simple ni una concesión graciosa; en todos exigió un esfuerzo sistemático que dio por resultado un conocimiento pormenorizado acerca de los procesos concursales, y una habilidad en el manejo de la tecnología altamente valorada en otros ámbitos de la comunicación. Esos saberes aprehendidos haciendo, aprehendidos en la práctica, posicionan a estas experiencias como irradiadoras, tanto en sus conquistas así como en sus limitaciones. Al contramano de la subestimación teórica, histórica y de su lugar en el ecosistema de medios que la temática enfrenta (Sáez Baeza, 2008; Gumucio Dagron, 2004), la televisión desde abajo, retomando los planteos de Edward P. Thompson (1991), acumuló una experticia que todavía tiene mucho para explorar, incluso dentro del restrictivo terreno de despliegue de la televisión digital.

Además, los canales desarrollaron diferentes estrategias para superar los obstáculos que las condiciones de producción del fenómeno imponen en el marco de la transición digital. Ya señalamos la importancia que adquirió la formación de organizaciones de segundo grado en el manejo de la relación con el Estado, y particularmente con los organismos de aplicación de la normativa. En Argentina, esta representación no es lo suficientemente aprovechada en la relación con el mercado de la industria audiovisual. Las emisoras suelen compartir proveedores, recomendar equipamiento, buscar precios, pero la compra no es al por mayor. En el caso chileno el acuerdo es colectivo, como se señaló, e involucra el compromiso de compra de equipos a cambio de la elaboración de las carpetas técnicas para las emisoras de la Asociación Audiovisualista de Canales Comunitarios de Chile. Pero en ambos casos una articulación planificada que incluya las tres partes: canales, organismos públicos y proveedores, puede colaborar en el diseño de la digitalización escuchando las necesidades de las televisoras, respetando su modo de producción, mejorando la *performance* de las líneas de control y

transmisión y comprometiendo a la industria en la pelea por el mantenimiento y profundización de los fondos fomento, de los que también se benefician.

En un plano más general, el análisis comparativo también muestra zonas dentro de la problemática que podrían potenciarse con mayor coordinación entre las experiencias de los dos países, en particular en lo referido a la transferencia tecnológica. Chile no produce equipamiento digital; las empresas de soluciones *broadcasting* son representantes o *resellers* y entre los productos ofrecidos se repiten marcas habituales dentro del universo de equipamiento para televisión, algunas pertenecientes a grandes compañías internacionales y otras a pequeñas y medianas empresas, entre las que se encuentran las argentinas que vienen desarrollando productos de alto valor agregado y que paulatinamente los colocan en el mercado regional. Una estrategia coordinada puede beneficiar a los canales a ambos lados de la Cordillera, facilitar manejo de presupuestos, ampliar la cartera de proveedores, negociar con un margen mayor de maniobra y actualizar conocimientos a través de la participación común en las ferias internacionales de la industria de equipamiento de radiodifusión.

A lo largo de estas páginas mostramos que las televisoras alternativas argentinas y chilenas enfrentan problemas similares. Sin embargo, son escasas las reflexiones conjuntas para superarlos. Si bien existen contactos, éstos no son sistemáticos ni orgánicos, por lo que una coordinación regional puede poner en común problemas y formas de resolverlos; tanto en relación a la adopción de tecnologías como destacamos en el párrafo anterior, como en relación a la programación y a la articulación con las instituciones internacionales preocupadas por la temática, centralmente en relación a la CIDH, y con la cooperación internacional. Esto, que cada experiencia lo desarrolla dentro de sus alcances y con sus limitaciones, es un escalón más a considerar en el terreno de la incidencia sobre organismos que llaman a los Estados a garantizar la pluralidad de actores y la diversidad de voces, y también de cara a los objetivos que impulsan a los colectivos a levantar sus propios medios de comunicación.

### ***7.3. Sin medios comunitarios no hay democracia***

La información recolectada muestra que los objetivos políticos y comunicacionales de las emisoras, a pesar de sus matices de concepción y funcionamiento, son los mismos a uno y otro lado de la Cordillera: “Informar desde otro punto de vista” (Garrido, Challa TV, 2018); “Visibilizar lo que está invisible” (Romero Tapia, El 3 de Conce, 2018); “Aportar a la construcción de una nueva subjetividad, de un nuevo sentido común” (Maccagno, Barricada

TV, 2018); “Formar pensamiento crítico” (Rey, Proa Centro, 2018); acompañar y expresar las luchas de la comunidad por la tierra y la vivienda (Urbana TeVé, Señal 3 La Victoria, TV8 Peñalolén); funcionar como instrumento de transformación social y de expresión de demandas y conflictos sociales (Barricada TV, Giramundo, Antena Negra, Señal 3, Challa TV, TV8 Peñalolén); desarrollar contenidos comunitarios y de identidad de la zona o la región (PAREStv, Pichilemu TV, Proa Centro, ENTV, El 3 de Conce, Únetev).

También mostramos que los canales argentinos y chilenos se encuadran en la tradición latinoamericana de la comunicación alternativa y en sus formas predominantes de conceptualización a lo largo de las décadas (Mangone, 2005; Mata, 2011; Pulleiro, 2012; Vinelli, 2014); y que la historia e hitos en los que el fenómeno se desarrolla en los dos países (es decir, su propia práctica), amplía sus condiciones de posibilidad para avanzar en la legalización y en la migración a digital. Del análisis y comparación de casos se concluye que las televisoras se organizan en modelos generales, que si bien no son contradictorios entre sí y muchas veces sus límites son difusos, permiten organizar las experiencias de acuerdo con sus estrategias y modos de intervención y con sus formas de relacionar comunicación, política y sociedad. Esta heterogeneidad es constitutiva de una conceptualización no apriorística de la alternatividad.

Como desarrollamos a lo largo de esta investigación, estos modelos van desde un énfasis puesto en la expresión de demandas territoriales e inserción barrial, contra la marginación social y de clase y contra la construcción de estereotipos, pasando por un modelo de intervención político comunicacional donde el componente urbano, la presencia militante y los objetivos políticos están enfatizados; hasta un modelo de desarrollo cultural comunitario basado en la respuesta a las demandas de información local y regional que no están presentes en los medios comerciales. La experiencia de la televisión alternativa en Argentina y Chile muestra que la articulación entre emisoras con diferente perfil fue clave para potenciar las exigencias del sector en relación al Estado, favoreciendo su capacidad de presión, negociación e incidencia de cara a la apertura de concursos, la efectivización del fomento y, en Argentina, de la pelea por el ingreso al cable de los canales con licencia.

Pero, ¿qué espacio ocupan efectivamente estos canales dentro del mapa de medios de sus respectivos países? Los canales llegan a la televisión digital terrestre en un escenario de migración que atraviesa a toda la industria, y que se da en el marco de procesos de convergencia. Procesos que señalan que pese a las normativas que tenían por objetivo democratizar, la concentración se profundizó. Pocas empresas de posición dominante concentran verticalmente propiedad, producción de contenidos, infraestructura, ingresos, poder y audiencias; se expanden

hacia otras actividades donde conservan la misma posición dominante y son capaces de adelantarse y moldear gustos y pautas de consumo. En contraste, un puñado de televisoras alternativas, populares y comunitarias, que parten de posiciones subordinadas y desiguales, tienen hoy sobre sus antenas la difícil tarea de construir audiencia a la par de un salto tecnológico radical que mantiene valores elevados de desconocimiento entre la población, sin el auxilio de todo un sistema, y expresando aquello que en la sociedad no es negocio.

Los niveles de dominio de pocas empresas en el sistema de medios y de telecomunicaciones en América Latina siguen actuando en contra del desarrollo sostenible de las emisoras en el sistema de medios, al imponer condiciones que obstaculizan al extremo que otros actores puedan acceder a los recursos necesarios para mantenerse en el aire. ¿Logran las televisoras alternativas actuar como contrapeso en el marco de un ecosistema mediático altamente concentrado? Como señalamos párrafos más arriba, la suerte de la televisión alternativa está directamente vinculada a la suerte de la televisión digital terrestre. Esto significa que, pese a haber accedido a licencias para operar en la TDT, la baja tasa de encendido y el consumo masivo de la televisión de pago vuelven a empujar a los márgenes a estas experiencias de comunicación. También, que el celo de los grupos concentrados de medios funciona como vigilancia de mercado contra el ingreso de nuevos actores, perjudicando sus posibilidades de funcionamiento y sostenibilidad económica, como muestra el incumplimiento de las reglas de *must carry* por parte de las cableoperadoras.

El hecho de que las televisoras en ambos países logren mantenerse a pesar de todos estos obstáculos deja ver que la inserción comunitaria, el reconocimiento social y la función que estos medios cumplen; en resumen: su propia práctica, movilización y arraigo social, son condiciones fundamentales para su sostenibilidad. Al no tener como fin el lucro, estas emisoras cuentan con mayores posibilidades de resistir en contextos hostiles, a diferencia de los pequeños actores comerciales. Esto explica los más de 20 años de aire de Señal 3 La Victoria; la redefinición de Pichilemu TV como emisora comunitaria luego de un fallido inicio como emprendimiento privado de cable (el “giro comunitario”, de acuerdo con Morales & Uribe, 2011: 40), o los años de Giramundo TV funcionando sin papeles. Sin embargo esto no modifica el punto de partida desigual ni su posición desventajosa y asimétrica en los mapas de medios de ambos países.

Una de las consignas que el movimiento alternativo y comunitario en la Argentina ha venido difundiendo en los últimos años sostiene que “sin medios comunitarios no hay democracia”. La consigna refiere al impacto de la concentración sobre la expansión de las ideas, la palabra, las visiones de mundo que circulan socialmente, y a la tarea que la comunicación no lucrativa tiene en ese escenario. Frente a esta realidad, los medios alternativos, populares y

comunitarios vehiculizan otras voces, consultan otras fuentes, ponen en debate cosmovisiones antagónicas a las expresadas a través del paradigma que asocia la comunicación a las ganancias. Es decir, son vehículos para la libertad de expresión y ofrecen a las audiencias una vía para ejercer su derecho a la comunicación. En este sentido lo que el movimiento logró hasta acá es muy importante, y configura un nuevo punto de partida después de décadas de exclusión legal. Pero requiere actuar de manera colectiva, permanecer en guardia, articular con otros espacios para crecer en escala, diversificar riesgos y profundizar la llegada.



*Argentina. Protesta frente al ENACOM.*

La pelea de las televisoras argentinas y chilenas conquistó algunas posiciones y construyó logros, superando barreras visibles e invisibles a cada paso. A uno u otro lado de la Cordillera las experiencias, que iniciaron sus trayectos desde posiciones de precariedad tecnológica y gestión artesanal, lograron avanzar hacia niveles de mayor profesionalización y experticia, organizando estructuras de trabajo capaces de sostener otra agenda en la pantalla y madurando proyectos comunicacionales consistentes una vez disipados los obstáculos legales y técnicos de base (Suárez, 2018: 124). Esto permitió en algunos casos desandar el camino de la digitalización, al punto de sumar propuestas alternativas al paisaje de la televisión digital terrestre. Este avance, lentamente, se va ampliando a otras emisoras.

El análisis de la evolución del mapa mediático en la región –atravesado por regulaciones, tecnologías, conflictos y resistencias- queda inconcluso sin el aporte de estas experiencias de televisión, que desde el subsuelo del sistema de medios luchan cotidianamente por mantener alternativas en el espectro radioeléctrico. En estos terrenos arrebatados a la

hegemonía se amasa una nueva disputa por la masividad, por ampliar el universo informativo y de sentidos presentes en la uniforme grilla televisiva en los dos países estudiados. La lucha que viene ahora es todavía más compleja: implica sostenerse, crecer, multiplicar y superar las finalmente acotadas perspectivas abiertas con la migración digital, levantando las barreras que impiden el encuentro con las audiencias para cumplir con los objetivos políticos y comunicacionales fijados por las emisoras cuando, hace ya años, comenzaron a soñar con disputar un lugar en el terreno comunicacional.

## Bibliografía

- AAVV (2012). *Economía solidaria, hacia un nuevo mapa de comunicación. Textos, contextos, experiencias y propuestas de mutualismo y cooperación*. Buenos Aires, Usina de Medios, Cooperar – INAES.
- AGUIRRE, J. M. (1989), “Apuntes sobre la comunicación alternativa”. En Simpson, M. (Comp.), *Comunicación alternativa y cambio social*. México, Premiá.
- ALBORNOZ, L. y GARCÍA LEIVA, T. (2012). *La televisión digital terrestre*. Buenos Aires, La Crujía.
- APAZA, BENAVIDEZ & BURGOS (2015, editores). *Comunicación popular y alternativa en contextos de frontera. Mapeo de actores y experiencias en sectores populares de Salta*. Gráfica 29 de Mayo, Córdoba.
- BACCARO, Nicolás, & GEMIGNANI, Flavia (2018). *El FOMECA como fomento al pluralismo y la diversidad mediática: La batalla por la democratización de la palabra*. Tesina de grado de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, FCSOC, UBA.
- BARRANQUERO, Alejandro (2010). “Problematizar la comunicación alternativa. Dificultades conceptuales, potencialidades críticas”. Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna, diciembre.
- BARRANQUERO, A. & SÁEZ BAEZA C. (2010), “Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación”. En Actas del Congreso Internacional AE-IC Málaga “Comunicación y desarrollo en la era digital”. Universidad Carlos III Madrid y universidad Autónoma de Barcelona.
- BECERRA, Martín (2014): “Cinco años de la ley audiovisual. Balance sin fanatismos”. En *La Tecl@ Eñe, Revista Digital de Cultura y Política*. Disponible en <http://www.lateclaene.com/#!/becerra-martn/c1p6s>
- \_\_\_\_\_ (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires, Paidós.

- \_\_\_\_\_ (2017). “La era de los gigantes (Cablevisión+Telecom)”. En <https://martinbecerra.wordpress.com/2017/08/28/la-era-de-los-gigantes-cablevision-telecom/>
- \_\_\_\_\_ (2018a). “Mapa de medios de Argentina 2018” en <https://martinbecerra.wordpress.com/2018/08/06/mapa-de-medios-de-argentina-2018/>
- \_\_\_\_\_ (2018b). “Cablevisión-Telecom: una fusión floja de papeles”. Disponible en: <https://martinbecerra.wordpress.com/2018/03/15/cablevision-telecom-una-fusion-floja-de-papeles/>
- \_\_\_\_\_ (2019). “Concentración mediática: un símbolo de la era Macri”. Disponible en <https://martinbecerra.wordpress.com/2019/04/26/concentracion-mediatica-un-simbolo-de-la-era-macri/>
- BECERRA, M., ESPADA, A. & otros (2016). “Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina”. En Segura, María Soledad y Weckesser, Cintia (eds.). *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos: estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba, Editorial de la Universidad Nacional de Córdoba.
- BECERRA, M. & MASTRINI, G. (2009): *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires, Prometeo.
- \_\_\_\_\_ (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015). Nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Bernal, UNQ Editorial y OBSERVACOM.
- BELTRAMELLI, Federico (2017). “El proceso de asignación de TV digital en Uruguay: continuidades y rupturas”. Ponencia en el XXXI Congreso Alas, Uruguay.
- BELTRÁN, Luis Ramiro (1976). “Políticas nacionales de comunicación en América Latina: los primeros pasos”. En revista *Nueva Sociedad*, n°25, julio-agosto.
- BELTRÁN, R. & BECERRA, M. (eds. 2017), *Sin fines de lucro, con tecnologías y organización*, Buenos Aires, UBACYT.
- BINDER, I., FISHER, P., & GODINEZ GALAY, F. (2017). *Como sea. Sostenibilidad económico administrativa en radios comunitarias de Buenos Aires*. Ediciones del Jinete Insomne, Buenos Aires.
- BOURDIEU, Pierre (1997), *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.
- BULLA, Gustavo (2005). “Televisión argentina en los 60: la consolidación de un negocio de largo alcance”. En Mastrini, G. (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires, La Crujía.
- BUSINESS BUREAU (2018). *BB-Book 2018. Todo sobre conectividad y contenidos*. Disponible en <https://bb.vision/bb-book-2018/>

- BUSSO, Néstor & JAIMES, Diego (comp., 2011). *La cocina de la ley*. Buenos Aires, FARCO.
- CABALLERO, Diego (2017). *Trincheras audiovisuales: producciones alternativas, comunitarias y populares en la era de la convergencia*. Tesina de grado de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, FCSOC, UBA.
- CABALLERO, D. & DURAND, M. (2017). “Construir TV: el mundo del trabajador con ojos profesionales”. En Beltrán, R. y Becerra, M. (eds.), *Sin fines de lucro, con tecnologías y organización*. Buenos Aires, UBACYT. Disponible en <http://tallerdedatos.com.ar/nuevo-libro-sin-fines-de-lucro-con-tecnologias-y-organizacion/>
- CADAVID BRINGE, Amparo (2011), “Presentación”. En Pereira G. & Cadavid B. (editores), *Comunicación, desarrollo y cambio social. Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios*. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana - UNESCO.
- CALIFANO, B. (2012). “Comunicación, estado y políticas públicas. Apuntes para la investigación”, en: *Questión*, Vol. 1, N° 35, UNLP, La Plata.
- CASSETTI, Franco y DI CHIO, Federico (1999): “Análisis de la televisión. Un mapa”, en *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*, Barcelona, Paidós.
- CASSIGOLI, Armando (1986). “Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos”. En Simpson Grinberg, Máximo (comp.) *Comunicación alternativa y cambio social*, Premia Editora, México, 1986. Pp. 67-68.
- CAVIASCA, Guillermo & otros (2011). *¿Qué se vayan todos? A 10 años del 19 y 20 de diciembre de 2001*. Buenos Aires, Cooperativa Gráfica El Río Suená.
- CEA VARGAS, Iván (2015). *Señales Abiertas. Miradas de Televisión Comunitaria*. Memoria Multimedia para optar al título de Periodista. Profesora guía: Patricia Peña Miranda. Santiago, Universidad de Chile, Instituto de la Comunicación e Imagen, Escuela de Periodismo.
- CELS (2015). “Sobre la causa penal contra el canal de televisión antena negra”. Disponible en <https://us8.campaign-archive.com/?u=aa83d96c79562a47de2e3dafd&id=a262055a57&e=ace3723f8f>
- \_\_\_\_\_ (2016). *Informe Derechos Humanos en la Argentina 2016*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- CNTV (2012), “Televisión comunitarias chilenas ante el desafío de la tv digital”. Chile, Departamento de Estudios Consejo Nacional de Televisión. Investigación a cargo de Chiara Sáez Baeza.

- \_\_\_\_\_ (2015a). *Debate: Concentración de medios en la industria televisiva chilena*. Santiago, Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales. Investigación a cargo de Luis Breull. Disponible en: <https://www.cntv.cl/debate-concentracion-de-medios-en-la-industria-televisiva-chilena/cntv/2016-11-29/122746.html>
- \_\_\_\_\_ (2015b). *Catastro nacional de canales regionales, locales y comunitarios 2015*. Disponible en: [https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20150611/asocfile/20150611110650/canales\\_regionales\\_locales\\_y\\_comunitarios.pdf](https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20150611/asocfile/20150611110650/canales_regionales_locales_y_comunitarios.pdf)
- \_\_\_\_\_ (2017). *IX Encuesta Nacional de Televisión*. Disponible en [https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180502/asocfile/20180502113330/ix\\_entv\\_final.pdf](https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180502/asocfile/20180502113330/ix_entv_final.pdf) 2017
- \_\_\_\_\_ (2018a). *Sistema televisivo chileno*. Disponible en: [https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180924/asocfile/20180924165404/sistema\\_televisivo\\_en\\_chile.pdf](https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180924/asocfile/20180924165404/sistema_televisivo_en_chile.pdf)
- \_\_\_\_\_ (2018b). *Televisión Digital. Conocimiento y expectativas de las audiencias*. Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales. Disponible en: [https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180924/asocfile/20180924170535/tv\\_digital\\_ix\\_entv.pdf](https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180924/asocfile/20180924170535/tv_digital_ix_entv.pdf) 2018b
- CORTES, Claudio (2017). “Canal TV8 Peñalolén”. En *Revista Cal y Canto* nro 3, diciembre. Santiago, Eco Comunicaciones. Editado por Paulina Calderón.
- DE CHARRAS, D.; KEJVAL, L. & VINELLI, N. (2017). “Curso virtual Aproximación a las radios y televisoras comunitarias, populares y alternativas”. CIESPAL, Quito.
- DE GUIO, S. & URIOSTE, J. (2017). “Estrategias de organizaciones de medios comunitarios, alternativos y populares en la Argentina en el periodo 2010-2015”. En *Revista Sphera Publica*, 1 (17).
- DERONNE, Thierry (2008). “Diez propuestas para crear la televisión socialista”. En *Aporrea*. Disponible en: <https://www.aporrea.org/medios/a65227.html>
- DOYLE, María Magdalena (2016). El derecho a la comunicación de los pueblos originarios. Límites y posibilidades de las reivindicaciones indígenas en relación al sistema de medios de comunicación en argentina. Tesis Doctoral. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- DOWNING, John (2011). “Medios radicales: comunicación rebelde y movimientos sociales” y “Conceptos: los medios radicales se intersectan con la teoría de los medios”. En Pereira G. & Cadavid B. (editores), *Comunicación, desarrollo y cambio social. Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios*. Bogotá, Editorial Pontificia Universidad Javeriana - UNESCO.

- DUQUELSKY, Maximiliano (2008). “Latinoamérica y la Escuela de Frankfurt. Algunas consideraciones en torno del ajuste de cuentas de Jesús Martín Barbero con Theodor Adorno”, *Revista Argentina de Comunicación*.
- ESPADA, Agustín (2016), “Fomeca 2016: el ENACOM deslegitima para no gestionar”. En <https://agustinespada.wordpress.com/2016/10/04/fomeca-2016-el-ENACOM-deslegiti-ma-para-no-gestionar/>
- ESPADA, A. & MARINO, S. (2018a). “La pauta oficial en la gestión cambiemos: algo más que maquillaje”. Disponible en <https://www.lettrap.com.ar/nota/2018-1-24-18-15-0-la-pauta-oficial-en-la-gestion-cambiemos-algo-mas-que-maquillaje>
- \_\_\_\_\_ (2018b). “Pauta oficial en tiempos de crisis. Reparto entre amigos y defensa del gobierno”. Disponible en <https://www.lettrap.com.ar/nota/2018-5-27-10-52-0-pauta-oficial-en-tiempos-de-crisis-reparto-entre-amigos-y-defensa-del-gobierno>
- \_\_\_\_\_ (2018c). “Un 2018 sin elecciones le permitió al gobierno un fuerte ajuste en pauta oficial”. Disponible en <https://www.lettrap.com.ar/nota/2018-7-15-11-2-0-un-2018-sin-elecciones-le-permitio-al-gobierno-un-fuerte-ajuste-en-pauta-oficial>
- FESTA, Regina & otros (1986). *Comunicación popular y alternativa*. Ediciones Paulinas, Buenos Aires.
- FONTCUBERTA, Mar de y GÓMEZ MOMPART, J.L. (1983). *Alternativas en comunicación*, Editorial Mitre, Barcelona.
- FORERO PARGA, Natalia (2012). *Análisis de la incidencia de la televisión comunitaria en Colombia en la conformación de espacios de participación ciudadana durante el periodo de 1995 – 2010*. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Facultad de Ciencia Política y Gobierno, Bogotá.
- FOX, Elizabeth (1988). “La política de reforma de la comunicación en América Latina”. En *Diálogos de la Comunicación*, núm. 21. Felafacs, Lima.
- \_\_\_\_\_ (1989). “La herencia del fracaso”. En *Rev. Telos* N° 19, Madrid, Septiembre / Noviembre.
- FUENTE ALBA-CARIOLA, Fernando (2011). *Análisis de los desafíos de la TDT para los canales locales en Chile*. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencia de la Información. Tesis Doctoral. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/13265/>
- FUENTES NAVARRO, Raúl, (1992). *Un campo cargado de futuro*, FELAFACS, México.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1988). *Cultura transnacional y culturas populares*. IPAL, Lima.

- GIMÉNEZ, Gilberto (1980). “Notas para una teoría de la comunicación popular”. En *ECO Servicio de Documentación* nro. 1.
- GODOY ETCHEVERRY, Sergio (2009). “Televisión digital en Chile: ¿es posible más y mejor TV para los chilenos?” Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- GÓMEZ, Gustavo (2014). *La Regulación de Medios y la televisión digital en América Latina. Situación actual, tendencias y desafíos*. Banco Mundial-LAC
- \_\_\_\_\_ & AGUERRE, Carolina (2009). *Las mordazas invisibles. Nuevas y viejas barreras a la diversidad en la radiodifusión*. Buenos aires, Programa de Legislaciones y Derecho a la Comunicación. AMARC-ALC, Buenos Aires.
- GÓMEZ, Lía (comp. 2012). *Construyendo historias. Ver para creer en la televisión. Relatos y narraciones en la televisión digital argentina*. La Plata, Ediciones EPC.
- GONZÁLEZ, Daniel (2017), “La Televisión Digital Argentina a dos años del apagón. Retrocesos e incertidumbres”. Proceedings of the 6th Iberoamerican Conference on Applications and Usability of Interactive TV - JAUTI 2017 UA Editora Universidade de Aveiro, Serviços de Biblioteca, Informação Documental e Museologia.
- GONZÁLEZ, D. & CARABALLO; C. (2013). “Contenidos en la TV digital argentina. Políticas de fomento y participación de nuevos actores”. En *La imagen en las sociedades mediáticas latinoamericanas. Actas de la IX Bienal Iberoamericana de Comunicación*. Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, Santiago.
- GRAZIANO, M. (1980), “Para definición alternativa de la comunicación”. En *ININCO* no. 1, Venezuela.
- GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel (2013). “Políticas de comunicación, pluralismo y televisión sin afán de lucro: el caso de Argentina”. *Ámbitos: revista internacional de comunicación*, 23. Disponible en: <http://ambitoscomunicacion.com/2013/politicas-de-comunicacion-pluralismo-y-television-sin-afan-de-lucro-el-caso-de-argentina/#>
- GUMUCIO DAGRON, A. (2003). “La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: pálpito”. Disponible en <http://www.geocities.com/agumucio/ArtTelevisionComunitaria.html>
- \_\_\_\_\_ (2004). “El cuarto mosquetero: La comunicación para el cambio social”. En revista *Investigación y Desarrollo* vol. 12 nro. 1, Barranquilla, Colombia, Universidad del Norte, agosto.
- HAGMAN, Itai & BOSIA, Ulises (2017). *La izquierda y el nacionalismo popular. ¿Un divorcio inevitable?* Buenos Aires, Ediciones Colihue.

- IGARTUA, J. & HUMANES, M. L. (2014). “El método científico aplicado a la investigación en comunicación social”. En *Portal de la Comunicación InCom-UAB*. Disponible en: [http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/6\\_esp.pdf](http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/6_esp.pdf)
- IGLESIAS, Martín (2015): *A contramano: Modelos de gestión, modos organizativos y estrategias económicas de las emisoras comunitarias argentinas en búsqueda de la sustentabilidad (2005-2015)*. Tesis de Maestría en Industrias Culturales, UNQ.
- KEJVAL; Larisa (2009): *Truchas. Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias argentinas*. Buenos Aires, Prometeo Libros.
- \_\_\_\_\_ (2014): *Significaciones en torno a las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas*. Tesis de la Maestría en Comunicación y Cultura, FCSoc UBA.
- \_\_\_\_\_ (2018) *Libertad de antena*. Buenos Aires, UNDAV Ediciones y Punto de Encuentro.
- KRAKOWIAK, Fernando (2018). “La televisión digital abierta, a la deriva”. Disponible en <https://www.letrap.com.ar/nota/2018-3-4-12-28-0-la-television-digital-abierta-a-la-deriva>
- KRAKOWIAK, F., MASTRINI, G. & BECERRA, M. (2012). “Capítulo 8: Razones geopolíticas y perspectivas económicas”. En Albornoz, L. & García Leiva, T. *La televisión digital terrestre*. Buenos Aires, La Crujía.
- KROHLING PERUZZO, Cicilia (2006). “Televisión comunitaria en Brasil: antecedentes y participación popular en la gestión y la programación”. En *Redes.com* nro. 3.
- LINARES, Alejandro, SEGURA, María Soledad & otros (2016). “Brechas: La desigualdad en las políticas de fomento de medios comunitarios, otros medios e industrias culturales”. En *ALAIC Revista Latinoamericana de Comunicación*, vol. 13, nro. 25, julio-diciembre.
- LIZONDO, Liliana (2015). *Comunicación con identidad o comunicación comunitaria. El caso de la FM La Voz Indígena*. Tesis de la Maestría en Planificación y Gestión de la Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata.
- \_\_\_\_\_ (2018). “La comunicación con identidad. Regulaciones y un estudio de caso”. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 11 (2). Disponible en <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.5745>
- LLOREDA, Oscar (2012), “Televisión comunitaria en Venezuela: una mirada en perspectiva”. En Vinelli, N. (comp.), *Comunicación y televisión popular. Escenarios actuales, problemas y potencialidades*. Bs. As., Cooperativa Gráfica El Río Suena.

- LONGO, Verónica & HIDALGO, Ana Laura (2018). *Medios sin fines de lucro en Cuyo: Sostenerse en escenarios adversos*. Mimeo.
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio, (1997). “Las radios de nuevo tipo: la estética sin la ética no sirve para nada”, entrevista de Ernesto Lamas. En revista *Causas y Azares* nro. 5, otoño, Buenos Aires.
- LORETI, Damián (1999), *El derecho a la información. Relación entre medios, público y periodistas*. Buenos Aires, Paidós Estudios de Comunicación, 2ª. Reimpresión. Primera edición: 1995.
- LORETI, D., De CHARRAS, D & LOZANO, L. (2016), “Por un espejo retrovisor. Del paradigma de derechos humanos al modelo de negocios”. Revista *Redcom*, Año 1, #2, junio.
- LORETI, Damián y LOZANO, Luis (2014). *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- LOYOLA ARROYO, Luis (2011). *Televisión digital al alcance de todos. Una introducción simple al estándar japonés ISDB-T y a las telecomunicaciones modernas*. Editorial BuBok, España.
- MACBRIDE, Sean & otros (1980). *Un sólo mundo, Voces múltiples. El Informe MacBride*. UNESCO. Fondo de Cultura Económica, México.
- MANGONE, Carlos (2005): "Qué hay de nuevo viejo, alternatividad y clases sociales". En *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura*, n°1, Buenos Aires, diciembre.
- MARINO, Santiago (2011): “Medios comunitarios y ley: avances, límites y desafíos de un proceso novedoso”. En revista *PNCE* nro. 4, diciembre.
- \_\_\_\_\_ (2017). *Políticas de comunicación del sector audiovisual: modelos divergentes, resultados equivalentes. La televisión por cable y el cine en la Argentina (1989-2007)*. Buenos Aires, EdiUNQ.
- MARINO, S. & GUIMERÀ ORTS, J. A (2016). “Televisión sin fines de lucro en la Argentina de la Ley Audiovisual: el caso de Barricada TV”. *Austral Comunicación*, v. 5 nro. 2.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1980). “Retos a la investigación de comunicación en América Latina”. En *Memoria de la semana internacional de la comunicación*. Bogotá Universidad Javeriana.
- \_\_\_\_\_ (1989), “Colombia: Prácticas de comunicación en la cultura popular”. En Simpson Grinberg, M. (comp.), *Comunicación alternativa y cambio social*, México, Premiá.

- MARTÍNEZ HERMIDA, MARCELO (2008), “La televisión local: de la imprecisión conceptual y el desarrollo del modelo en Galicia”. En Tunez, Miguel (coord.), *Emitiendo en Digital. Diseños de futuro en radio y televisión*. Consello Asesor de RTVE en Galicia, CRTVG Santiago, España.
- MASTRINI, G., BIZBERGE, A. y DE CHARRAS, D. (eds.) (2013): *Políticas de comunicación en el siglo XXI*. Bs As, La Crujía.
- MASTRINI, G. y otros (2014). *Uso y Consumo de la Televisión Digital Terrestre en Argentina. Un estudio en los municipios de San Fernando y Quilmes*. Bernal, UNQ.
- MATA, María Cristina (2011): “Comunicación popular: continuidades, transformaciones y desafíos”. En *Oficios Terrestres*, vol. 26, No. 26. La Plata, FPyCS, UNLP.
- MATTELART, Armand (2011). *Para un análisis de las prácticas de comunicación popular*. Buenos Aires, Ed. El Río Suená. Primera edición de 1979.
- MATTELART, A. & MATELART, M. (1988). *Pensar sobre los medios: comunicación y crítica social*. Editorial Departamento Ecuménico de Investigación, Costa Rica.
- MATTELART, A. & PIEMME, Jean Marie (1981). *La televisión alternativa*, Barcelona, Anagrama.
- MIRAD, NAUM (2012). “La economía solidaria, clave para otro mapa de medios”. En *Economía solidaria, hacia un nuevo mapa de comunicación. Textos, contextos, experiencias y propuestas de mutualismo y cooperación*. Buenos Aires, Usina de Medios, Cooperar – INAES.
- MONJE, Daniela (2007). “Notas sobre radiodifusión en procesos de integración regional. Propuestas para comparación entre los países”. Ponencia en Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 29 de agosto a 2 de setembro.
- \_\_\_\_\_ (2012). “Políticas del audiovisual en la transición hacia la TDT en los casos de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay”. Actas del III Congreso Internacional de la AsAECA.
- \_\_\_\_\_ (2013). *Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007*. Tesis para optar al título de Doctora en Comunicación, UNLP, FPyCS.
- MONJE, D. & RIVERO, E. (2018a), “La televisión cooperativa y comunitaria en la Argentina frente al imperativo de la convergencia digital”. En *Commons*, Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital. Vol. 7 N. 1.

- \_\_\_\_\_ (2018b Comp.). *Televisión Cooperativa y Comunitaria. Diagnóstico, análisis y estrategias para el sector no lucrativo en el contexto convergente*. Córdoba, Convergencia Cooperativa.
- MORALES MONROY, D. & URIBE CARO, C. (2011). *Pantallas de barrio. Canales comunitarios chilenos y sus proyecciones en la televisión digital*. Santiago, Seminario para optar al título de Periodista, USACH Escuela de Periodismo.
- MOSCO, Vincent (2006), “La economía política de la comunicación: una actualización diez años después”. En *Cuadernos de Información y Comunicación* vol. 11.
- MUJICA, Pedro (2012), *El ojo en la tierra. Serie documental para la caracterización de la televisión comunitaria pionera en la República Bolivariana de Venezuela*. Tesis opción al grado de Maestría en Ciencias de la Comunicación. Caracas, Universidad de La Habana, Facultad de Comunicación, mayo.
- \_\_\_\_\_ (2015). “Historia de la televisión comunitaria en Venezuela”. *Revista Quórum Académico* Vol. 12, No 1, enero-junio, Universidad del Zulia, Venezuela.
- MURARO, Heriberto (1974). *Neoliberalismo y comunicación de masa*, Bs.As., Eudeba.
- NEGRI, T., HOLLOWAY, J. & otros (2002). *Contrapoder. Una introducción*. Buenos Aires, Colectivo Situaciones.
- NUNES DE SOUSA, A. (2018). “Televisión comunitaria, regulación y participación en Buenos Aires: la experiencia de Faro TV”. En *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 7(1).
- OBSERVACOM (2016). *Informe Regional sobre Transición a la TV Digital y Diversidad*. Publicado por el Observatorio Latinoamericano de Regulación Medios y Convergencia.
- \_\_\_\_\_ (2016b). *Chile, regulación y políticas públicas para la televisión digital. Informe 2016*. Actualización y edición realizada por Ana Bizberge con la colaboración de Chiara Sáez Baeza y Pedro Santander, en base al informe redactado por Chiara Sáez Baeza en 2014 a partir de documentos elaborados en el marco del proyecto Mapping Digital Media. Montevideo.
- \_\_\_\_\_ (2017). *Libertad a medias. La regulación de los medios comunitarios en América Latina y su compatibilidad con los estándares interamericanos de libertad de expresión*. Informe medios comunitarios y libertad de expresión 2017.
- ORTEGA, Juan (2017). “Comunicación popular y hegemonía”. En *Revista Cal y Canto* nro 3, diciembre. Santiago, Eco Comunicaciones.

- PARRA HINOJOSA, Daniela (2015). *Las apuestas de la comunicación alternativa para la integración popular latinoamericana*. Tesis de Maestría, México DF, UNAM.
- PASQUALI, Antonio ([1963] 1980). *Comunicación y Cultura de Masas*. Monte Avila Editores, Caracas
- PICCO, Ernesto (2017). “Fomento audiovisual y organizaciones sociales en el noroeste argentino”, *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, vol 2 nro 7. Universidad de Santiago de Compostela.
- PORTALES, Diego (1981). *Poder económico y libertad de expresión: la industria de la comunicación chilena en la democracia y el autoritarismo*. Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET). Editorial Nueva Imagen, Mexico D.F.
- \_\_\_\_\_ (1989). “Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina”. En Simpson, M. (Comp.), *Comunicación alternativa y cambio social*. México, Premiá.
- POSTOLSKI, Glenn (2010). “Continuidades, desplazamientos y transformaciones en las Políticas de Comunicación en Argentina”. En Sel, S. (coord.), *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas*. Bs. As., Clacso.
- PULLEIRO, A. (2012): *La radio alternativa en América Latina. Experiencias y debates desde los orígenes hasta el Siglo XXI*, El Río Suena, Buenos Aires.
- RACCIATTI, Emilia (2018). “PAREStv. La lucha de un canal comunitario puede sentar un precedente. La transmisión de los partidos de la B nacional y el cumplimiento de la ley”. En *Revista Fibra* nro. 18. Disponible en: <http://papel.revistafibra.info/pares-tv-la-lucha-canal-comunitario-puede-sentar-precedente/>
- RELE (2004). “Capítulo V”. En *Informe Anual 2004*. Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión
- \_\_\_\_\_ (2009). “Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente”. Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión
- \_\_\_\_\_ (2015). *Estándares de libertad de expresión para la transición a una televisión digital abierta, diversa, plural e inclusiva*. Comisión Interamericana de Derechos Humanos.
- \_\_\_\_\_ (2016). *Informe anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión: Informe anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2016*. Vol. 2.

- Edison Lanza, Relator Especial para la Libertad de Expresión. OAS. Documentos oficiales; OEA/Ser.L/V/II.
- REYES MATTA, Fernando (1982). “La comunicación alternativa como respuesta democrática”. En Fox, Schmucler et al., *Comunicación y democracia en América Latina*. Lima, DESCO.
- \_\_\_\_\_ (1989), “Análisis de las formas: de lo micro a lo macro”. En Simpson Grinberg, M. (comp.), *Comunicación alternativa y cambio social*, México, Premiá.
- RINCÓN, Omar (2002). *Televisión, video y subjetividad*. Buenos Aires, Editorial Norma.
- RIVERA, Jorge (1987). *La investigación en comunicación social en Argentina*. Buenos Aires, Punto Sur Editores.
- RODRÍGUEZ, Clemencia (2009). “De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término”. En *Folios, revista de la Facultad de Comunicaciones*, nro 21. Colombia, Universidad de Antioquia.
- RODRÍGUEZ ESPERÓN, Carlos y LAMAS, Ernesto (1995). “Comunicación alternativa: encuentros y desencuentros”. En *Revista Causas y Azares* Nro. 3, Buenos Aires.
- SAEZ BAEZA, Chiara (2008). *Tercer sector de la comunicación: teoría y praxis de la televisión alternativa*. Tesis doctoral, Barcelona, UAB.
- \_\_\_\_\_ (2010): “Conceptualización y Contextualización del Tercer Sector de la Comunicación: aportes al debate legislativo sobre televisión comunitaria en la transición digital chilena”. Santiago de Chile, Consejo Nacional de Televisión (CNTV).
- \_\_\_\_\_ (2014). *TV Digital en Chile. Políticas Públicas y Democracia*. Santiago de Chile, Editorial Universitaria.
- \_\_\_\_\_ (2015): “La implementación de la TV Digital en Chile: riesgos y oportunidades para la democratización de las comunicaciones”. En *Alcance* nro. 8, Cuba.
- \_\_\_\_\_ (2018): *Apuntes para una historia de la comunicación alternativa en Chile*. RIL Editores, Santiago de Chile.
- SÁEZ BAEZA, C. & ITURRIAGA, J. (2018). “Capítulo 2. Chile: de la historia de la comunicación a la historia de la comunicación alternativa”. En Sáez Baeza, Ch. (2018), *Apuntes para una historia de la comunicación alternativa en Chile*. RIL Editores, Santiago de Chile.
- SCHMUCLER, HÉCTOR (1997). “La investigación: Lo que va de ayer a hoy”, en *Memoria de la comunicación*, Bs. As., Biblos.

- SEGURA, María Soledad (2011). “La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática”. En *Argumentos. Revista de crítica social* nro, 13. Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- \_\_\_\_\_ (2013). “Contigo o sin ti. Medios no lucrativos y Estado desde la Ley 26.522”. En *Austral Comunicación*, No 2, Facultad de Comunicación, Universidad Austral.
- \_\_\_\_\_ (2013b). “El sector social en la implementación de la Ley 26.522. Condiciones y estrategias”. Encuentro Panamericano de Comunicación. Córdoba, UNC ECI.
- \_\_\_\_\_ (2014): “Derechos laborales y sustentabilidad. El trabajo en los medios no lucrativos”, en: *El Cactus*, No 3. Córdoba, ECI- UNC.
- \_\_\_\_\_ (2018). *De la resistencia a la incidencia. Sociedad civil y derecho a la comunicación en la Argentina*. Bs. As., Ediciones UNGS.
- SEGURA, LINARES & otros (2018). “La multiplicación de los medios comunitarios, populares y alternativos en Argentina. Explicaciones, alcances y limitaciones”. En *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*. Volumen 7 número 1, junio.
- SEGURA, M. S., TRAVERSARO, N. & VILLAGRA, E. (2018). *Medios comunitarios, audiencias y sostenibilidad. El caso de la provincia de Córdoba, Argentina*. Mimeo.
- SEGURA, M. S. & WECKESSER, Cintia (eds. 2016). *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos: estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba, Editorial de la UNC.
- SEL, Susana (comp. 2010). *Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas*. Buenos Aires, CLACSO.
- SENECAL, Michel (1986). *Televisión y radios comunitarias. Teoría y práctica de una experimentación social*, Barcelona, Editorial Mitre.
- SILVA, Ludovico (1978). “El sueño insomne. Ideas sobre televisión, subdesarrollo, ideología”, en *Teoría y práctica de la ideología*. Caracas, Nuestro Tiempo (primera edición 1971).
- SIMPSON GRINBERG, M. (1989 [1986]): “Comunicación alternativa: tendencias de investigación en América Latina”. En Simpson Grinberg, *Comunicación alternativa y cambio social*, México, Premiá.

- SINCA (2017). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017*. Sistema de Información Cultural de la Argentina. Secretaría de Cultura. Disponible en: <https://encuestadeconsumo.SINCA.gob.ar>
- SIBREBA (2017). “Informe sobre puestos de trabajo en medios de comunicación durante 2017”. Sindicato de Prensa de Buenos Aires.
- SUÁREZ, Mariano (2018). *La televisión sublevada. El caso Barricada TV*, Editorial Colectivo de Trabajadores de Prensa, Buenos Aires.
- SUBTEL (2018a). “Llamado a concurso público Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones (FDT): Sistemas de Transmisión para la Implementación de la Televisión Digital Terrestre”. Consejo de Desarrollo de las Telecomunicaciones, Diario Oficial, Santiago.
- \_\_\_\_\_ (2018b) “Guía de apoyo para la postulación al concurso público Sistemas de Transmisión para la Implementación de la Televisión Digital Terrestre FDT”. Santiago, SUBTEL.
- \_\_\_\_\_ (2018c). “Informe estado de avance de los proyectos del fondo de desarrollo de las telecomunicaciones”. Santiago de Chile. Disponible en [https://www.SUBTEL.gob.cl/wp-content/uploads/2018/07/Informe\\_Nacional\\_2T\\_2018.pdf](https://www.SUBTEL.gob.cl/wp-content/uploads/2018/07/Informe_Nacional_2T_2018.pdf)
- SUNKEL, G. (1986). “Las matrices culturales y la representación de lo popular en los diarios populares de masas: aspectos teóricos y fundamentos históricos”. En *Razón y pasión en la prensa popular. Un estudio sobre cultura popular*, cultura de masas y cultura política, Santiago de Chile, ILET.
- SUING, Abel (2016). “Los objetivos de la transición a la televisión digital terrestre en Latinoamérica”. En *Opción*, Año 32, No. Especial 10.
- TÉLLEZ GARZÓN, María Patricia (2005). “La televisión comunitaria en Colombia: entre la realidad y la utopía”. En *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo, Póscom-Umesp, a. 26, n. 43.
- THOMPSON, E. P. (1991). “1. Introducción: costumbre y cultura”. En *Costumbres en común*, Barcelona, Crítica.
- TONON, Graciela (2011). “La utilización del método comparativo en estudios cualitativos en ciencia política y ciencias sociales: diseño y desarrollo de una tesis doctoral”. En *Kairos, revista de temas sociales*, Universidad Nacional de San Luis, año 15 nro. 27.
- TORDINI, Ximena (2012). “Fin de una larga transición. Profundizar la democratización de los medios”. En *Le Monde Diplomatique*, Edición nro. 162: diciembre.

- URANGA, Washington (2011). “Comunicación popular y derecho a la comunicación. Otros escenarios, nuevos desafíos”. Salta. Disponible en <http://www.washingtonuranga.com.ar>
- VILLAGRA, Pablo (2012), “La TV popular en Chile”. En Vinelli, N. (comp.), *Comunicación y televisión popular*. Buenos Aires, El Río Suena.
- VILLAMAYOR, C. Y LAMAS, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Quito, FES/ AMARC.
- VINELLI, Natalia (comp.) (2012). *Comunicación y televisión popular. Escenarios actuales, problemas y potencialidades*. Buenos Aires, El Río Suena.
- \_\_\_\_\_ (2013). *La televisión alternativa, popular y comunitaria (1987-2012). Historia, problemas y contrainformación para el área metropolitana*. Tesis de la Maestría en Periodismo, FCSOC, UBA. Director: Martín Becerra. Buenos Aires.
- \_\_\_\_\_ (2014): *La televisión desde abajo. Historia, alternatividad y periodismo de contrainformación*, Bs. As., El topo blindado/El río suena.
- \_\_\_\_\_ (2015). “Concursos en TDA: Itinerario de la TV alternativa y comunitario”. *Avatares de la comunicación y la cultura*, 10. Disponible en <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/avatares/article/view/9136/pdf>
- \_\_\_\_\_ (2017). “Capítulo 1: Medios alternativos, populares y comunitarios: desigualdades, fomento e incorporación de tecnologías”. En Beltrán, R. & Becerra, M. (editores), *Sin fines de lucro, con tecnologías y organización*, Buenos Aires, UBACYT.
- VINELLI, N. & RODRIGUEZ ESPERÓN, C. (2004). *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires, Peña Lillo/Continente.
- WALL, Alejandro (2017). “El Canal Comunitario ParesTV pone en jaque la privatización del fútbol”. Disponible en: <https://seniales.blogspot.com/2017/09/el-canal-comunitario-parestv-pone-en.html>
- WILLIAMS, Raymond (1997). *La política del modernismo. Contra los nuevos conformistas*. Buenos Aires, Manantial.
- \_\_\_\_\_ (1994). *Sociología de la cultura*, Bs. As, Paidós.
- \_\_\_\_\_ (1997). “El futuro de ‘Estudios Culturales’”. En *La política del modernismo. Contra los nuevos conformistas*. Argentina, Manantial.
- \_\_\_\_\_ (2011), *Televisión, tecnología y forma cultural*. Bs. As., Paidós. Primera edición de 1974.
- YIN, Robert (2009). *Investigación sobre estudio de casos. Diseño y Métodos*. SAGE Publications.

ZAROWSKY, Mariano (2017). *Los estudios en comunicación en Argentina. Ideas, intelectuales y tradiciones político-culturales (1956-1985)*. Eudeba, Buenos Aires.

### *Entrevistas*

CABRAL, Cristina (2018), integrante ENTV, Argentina  
CÁCERES, Esteban (2018), integrante Únetev, Chile  
GALVEZ DIAZ, Paula (2018), directora Pichilemu TV, Chile  
GARRIDO, José Miguel (2019), integrante Challa TV, Chile  
GUSMERINI, Diego (2018), director de PAREStv, Argentina  
IOVANNA, Silvana (2018), integrante Giramundo TV, Argentina  
LAVILA, Luciana (2018), responsable de diseño de programación Barricada TV, Argentina  
LEAL, Adrián (2018), integrante Únetev (ex Talagante TV), Chile  
LEON, Carlos (2018), integrante Canal 8 Peñalolén, Chile  
LILLO, Luis “Polo” (2018), director Señal 3 La Victoria, Chile  
MACCAGNO, Lucía (2018), responsable de administración Barricada TV, Argentina  
MADARIAGA, Manuel (2018), integrante Canal 8 Peñalolén, Chile  
MEDONE, Ezequiel (2017), integrante Antena Negra TV, Argentina  
PEÑA, Milcíades (2018), director Urbana Tevé, Argentina  
REY, Jorge (2018), director Canal 9 Proa Centro, Argentina  
ROMERO TAPIA, Javier Ignacio (2019), director El 3 de Conce, Chile  
VALENZUELA, Florentino (2018), integrante Únetev (ex Oveja TV), Chile  
VIDAL, Daniel (2018), director Canal 4 de Mar de Ajó, Argentina

### *Leyes, decretos y resoluciones*

#### *Argentina*

Decreto 527/2005

Decreto 1148/2009 Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T)

Decreto 364/2010 Declara de Interés Público la Plataforma Nacional de Televisión Digital Terrestre

Decreto 835/2011  
Decreto 2456/2014 Plan Nacional de Servicios de Comunicación Audiovisual Digitales  
Decreto 13/2015 de creación del Ministerio de Comunicaciones  
Decreto de Necesidad y Urgencia DNU 267/2015  
Decreto 257/2017  
Decreto 173/ENACOM/2019  
Decreto Ley de Radiodifusión 22.285/1980  
Ley 26.994 Código Civil y Comercial de la Nación  
Ley 26.053  
Ley 26.522/2009 de Servicios de Comunicación Audiovisual  
Ley 26.092 ARSAT  
Ley 26.838/2012  
Ley 27.078/2014 Argentina Digital  
Ley de Participación Cultural del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires  
Ley 2.587 de Registro de Medios Vecinales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires  
Ley 2972/2008 del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires  
Resolución 03/COMFER/2009  
Resolución 104/2010 de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa  
Resolución 1465/AFSCA/2011  
Resolución 929/AFSCA/2012  
Resolución 930/AFSCA/2012  
Resolución 07/2013 de la Secretaría de Comunicaciones del Ministerio de Planificación Federal  
Resolución 1273/AFSCA/2013  
Resolución 202/AFSCA/2014  
Resolución 50/AFSCA/2014  
Resolución 673/AFSCA/2014  
Resolución 39/AFSCA/2015  
Resolución 1102/AFSCA/2015  
Resolución 35/AFSCA/2015  
Resolución 235/AFSCA/2015  
Resolución 998/AFSCA/2015  
Resolución 1394/ENACOM/2016

Resolución 10.090/ENACOM/2016  
Resolución 32/2016 del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social  
Resolución 5160/ENACOM/2017  
Resolución 5644/ENACOM/2017  
Resolución 5184/ENACOM/2017

### *Chile*

Acta CNTV del 9 de enero de 2018  
Acta CNTV del 16 de abril de 2018  
Decreto 136/2009 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones  
Decreto 264/2010 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones  
Decreto 167/2015 Plan de Televisión Digital (Plan TVD)  
Ley 18.838/1989 de creación del Consejo Nacional de Televisión (CNTV)  
Ley 19.132/1992  
Ley 19.418/1995 sobre Juntas de Vecinos y demás Organizaciones Comunitarias Funcionales  
Ley 18.168 General de Telecomunicaciones  
Ley 19.277 de Radios de Mínima Cobertura  
Ley 20.433/2010 de Servicios de Radiodifusión Comunitaria y Ciudadana  
Ley 20.750/2014 de Introducción de la Televisión Digital  
Ley 21.085/2018  
Resolución Exenta 709/2017 CNTV  
Resolución Exenta 07/2017 SUBTEL  
Resolución Exenta 3.518/2015 SUBTEL  
Resolución Exenta 6.028/2015 SUBTEL  
Resolución Exenta 6.659/2015 SUBTEL  
Resolución Exenta 2.600/2016 SUBTEL  
Resolución Exenta 1.217/2016 SUBTEL  
Resolución Exenta 473/2017 SUBTEL  
Resolución Exenta 1.345/2017 SUBTEL  
Resolución 07/2017 SUBTEL Bases específicas del concurso FDT  
Resolución Exenta 1611/2018 SUBTEL