



Síntesis Clave N° 70

Los servicios de comunicación audiovisual y su trascendencia en América Latina

Noviembre de 2011

Estimados/as Colegas y amigos/as

Aproximándonos a la culminación del año académico, el observatorio también se prepara para el cierre de sus actividades y esta *Síntesis* es la elegida para coronarlo. El tema escogido, *la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* es una oportunidad, para poner en debate reflexiones sobre su relevancia, su proyección y la puesta en valor del amplio espectro social que abarca, posibilitando, como claramente se indica, *la democratización y universalización*.

En este campo lo que tratamos de destacar es la trascendencia social de las actividades que especialmente se puedan transmitir con especial atención del mejor desarrollo de la comunidad y el afianzamiento a la pertenencia al territorio. Este fundamento, que desde el Observatorio Social hemos tratado, y seguimos haciéndolo a lo largo de estos años, continúa estando vigente y es el estímulo para forjar las nuevas tareas que el año entrante nos depara.

La *Síntesis*, llegamos a la 70 y queremos resaltarlo, es la manera de comunicarnos con la comunidad académica, la comunidad docente, de investigadores y la enorme comunidad conformada por referentes barriales, líderes y organizaciones sociales que se acercan y comparten nuestros proyectos. El deseo de que cada una de estas comunidades y cada uno de sus miembros, que puedan leer esta propuesta, es que sigan acompañándonos, ofreciéndonos propuestas y nos den a conocer sus experiencias.

El Observatorio es un espacio de encuentro, y la observación es para la acción. Quienes trabajamos en él tratamos de sostenerlo y hacer que sea un anclaje para el diálogo. Entre sus actividades reconoce a la capacitación y la divulgación como aspectos aso-

ciados y sostenes para el mejor encuentro con los otros, admitiendo lo que aún falta pero que lo hecho no es en vano.

Nos despedimos con la gratitud del año compartido. La Ley de Medios que todos conocen, es transmitida para recapacitar sobre ella, ver los desafíos que incluye y propiciar todas las formas que se puedan disponer para que la Universidad siga expandiéndose y haciéndolo saber desde sus áreas de trabajo. El Observatorio Social es una de ellas.

Hasta el año próximo que será mucho mejor y nos encontrará renovados y comprometidos por ser cada día mejores.

CONTACTO

DIRECTORA
Dra. Gloria Edel Mendicoa
inv-soc@unlam.edu.ar

ASESORA PERIODÍSTICA
Lic. Vanina Chiavetta
vchiavetta@unlam.edu.ar

EQUIPO TÉCNICO
Lic. Mirta Fernández
Francisco Cattoni

Florencio Varela 1903- San Justo
011-4480-8900 int. 8759
Email: ob-soc@unlam.edu.ar - Web: <http://observatoriosocial.unlam.edu.ar/home.php>

INTRODUCCION A LA LEY DE SERVICIOS AUDIOVISUALES

Los orígenes de la Ley de Medios

En marzo de 2009, la presidenta de la Nación Cristina Fernández de Kirchner anunció el envío de un proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual para que sea tratado por el Congreso. El mencionado proyecto no se originó solamente en el ámbito de los partidos políticos sino que fue posible porque en el año 2004 se elaboraron los 21 puntos básicos por el derecho a la comunicación de la mano de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, integrada por organizaciones sindicales de los trabajadores, sus centrales obreras, Movimientos sociales, de Derechos Humanos, Partidos y organizaciones políticas, las Universidades Nacionales, el Movimiento cooperativista, radios y canales comunitarios, pymes y los Pueblos Originarios.

Un dato muy importante es que al proyecto mencionado, antes de ser enviado al Congreso, se le permitieron realizar modificaciones que se originaron en “los 23 foros y 80 conferencias, con participación de todos los sectores y en todas las provincias, con el propósito de incorporar las necesidades y requerimientos de todos los actores del complejo espectro audiovisual”. (Presidencia de la Nación, 2009)

El 10 de octubre de 2009, tras más de 20 horas de debate en la Cámara de Senadores, se aprobó la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522, convirtiéndose en un día histórico, tras 29 años de vigencia de una Ley sancionada en plena dictadura militar.

A modo de resumen se plantean los puntos más importantes de esta Ley:

- Creación de un nuevo organismo regulador de los servicios de comunicación: la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFCSA). En el seno de este organismo se establecen dos órganos: A) el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual encargado de asesorar y colaborar con el diseño de la política pública de radiodifusión correspondiente a la autoridad. B) Un Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y de la Infancia.
- La asignación de licencias se limita a diez en abierto y hasta 24 cuando se trate de un servicio de suscripción.
- Se otorga una cuota de pantalla a los productos nacionales de como mínimo un 70% y un 30 %, en el caso de la música emitida.
- Uno de los puntos más importantes y reclamados es el planteado en el artículo 21: “Los servicios previstos por esta ley serán operados por tres tipos de prestadores: de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro”. (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2009).
- Se crea Radio Televisión Argentina como empresa pública encargada de los servicios de comunicación audiovisual del Estado.
- Otro punto muy importante es que el Estado Nacional, las Provincias, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los municipios tendrán frecuencias asignadas. Las universidades podrán tener emisoras sin restricciones ni obligación de ser sociedades comerciales. (Mazziotti, Bueno, Fuentes y otros, 2010).

Ley de Medios, punto por punto

A continuación ofrecemos una síntesis con los términos más sobresalientes de la nueva normativa de servicios de comunicación audiovisual para entender de qué se trata y las mejoras que introduce al sistema vigente.

1) Democratización y universalización

La regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia tienen como fines el abaratamiento, la democratización y la universalización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

2) Servicios de interés público

Se considera a la comunicación audiovisual en cualquiera de sus soportes una actividad social de interés público, de carácter esencial para el desarrollo sociocultural de la población, por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones sin ningún tipo de censura.

3) Órganos colegiados

Se crea la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, un órgano autárquico y descentralizado, que tiene como función la aplicación, la interpretación y el cumplimiento de la ley. Su directorio estará conformado por un presidente y un director designados por el Poder Ejecutivo, tres directores propuestos por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, correspondiendo uno a la primera minoría, uno a la segunda minoría y uno a la tercera minoría parlamentarias; y dos directores a propuesta del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual. Existirá también un Consejo Federal cuyos miembros provinciales van a representar a los prestadores privados, a las emisoras universitarias, a los medios públicos y a los trabajadores de prensa.

4) Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual

Se crea la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, un organismo encargado de recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión. Será designado por resolución conjunta de los residentes de ambas Cámaras.

5) Abono Social

Los servicios de televisión por cable deberán disponer de un abono social. Esta disposición atiende a que, en ciertos sitios, el prestador de servicio de radiodifusión por suscripción a título oneroso, es el único servicio que existe para mirar televisión. Se busca que todos los habitantes tengan acceso a los servicios de radiodifusión y comunicación audiovisual.

6) Desmonopolización

Con el fin de impedir la formación de monopolios y oligopolios, el proyecto de ley pone límites a la concentración, fijando toques a la cantidad de licencias y por tipo de medio. Un mismo concesionario sólo podrá tener una licencia de servicio de comunicación audiovisual sobre soporte satelital; hasta 10 señales sonoras, de televisión abierta o cable (la ley actual permite que una persona sea dueña de 24) y hasta 24 licencias de radiodifusión por suscripción. A ningún operador se le permitirá que dé servicios a más del 35 por ciento del total de la población del país o de los abonados, en el caso que corresponda. Por otra parte, quien maneje un canal de televisión abierta no podrá ser dueño de una empresa de distribución de TV por cable en la misma localidad, y viceversa. También se impide que las compañías telefónicas brinden servicios de televisión por cable.

7) Titulares de las licencias

El proyecto establece que para ser titular de una licencia se ponderarán criterios de idoneidad y de arraigo en la actividad. Excluirá a quienes hayan sido funcionarios

jerárquicos de gobiernos de facto, atendiendo a la importancia de los medios en la construcción del Estado de Derecho y la vida democrática. Cuando el prestador del servicio fuera una sociedad comercial deberá tener un capital social de origen nacional, permitiéndose la participación de capital extranjero sólo de hasta un máximo del 30% del capital accionario.

8) Participación de cooperativas

A diferencia de la ley vigente, se permite la participación de cooperativas, siempre y cuando se garantice una porción del mercado a un competidor.

9) Plazo de las licencias

La operación de los medios audiovisuales se hará, según la propuesta, por sistema de licencias y las mismas durarán diez años (hoy son por 15) y se podrán prorrogar por diez años más, previa realización de audiencias públicas. Quienes hayan obtenido una renovación o prórroga, no podrán solicitar una nueva extensión de plazo por ningún título.

Al mismo tiempo esas licencias serán controladas cada dos años, para evitar que con la incorporación de nuevas tecnologías -la digitalización- un licenciatario multiplique sus señales, generando un nuevo modo de concentración.

10) Más contenidos nacionales

Los servicios de televisión abierta deberán emitir un mínimo del 60% de producción nacional; con un mínimo del 30% de producción propia que incluya informativos locales.

Los servicios de televisión por cable no satelital deberán incluir como mínimo una señal de producción local propia. También deberán incluir en su grilla de señales originadas en países del MERCOSUR y en países latinoamericanos.

Las radios privadas deberán emitir un mínimo de 50% de producción propia, que incluya noticieros o informativos locales. El 30% de la música emitida deberá ser de origen nacional. Quedarán eximidas emisoras dedicadas a colectividades extranjeras o temáticas.

11) Igualdad de oportunidades

Las emisiones de televisión abierta y la señal local de producción propia de los sistemas de cable deben incorporar medios de comunicación visual adicional en el que se utilice subtítulo oculto (closed caption), lenguaje de señas y audio descripción, para la recepción por personas con discapacidades sensoriales, adultos mayores y otras personas que puedan tener dificultades para acceder a los contenidos.

12) Acceso universal para la transmisión de eventos deportivos

Se garantiza el derecho al acceso universal -a través de los servicios de comunicación audiovisual- a los contenidos informativos de interés relevante y de acontecimientos deportivos de encuentros futbolísticos u otro género o especialidad. Los partidos de fútbol y otros encuentros olímpicos que sean de interés para la Argentina se transmitirán por la televisión abierta de acceso libre.

13) Publicidad

Se regula el tiempo de emisión de publicidad con el objetivo de proteger al público contra un exceso de interrupciones publicitarias y promover un modelo de radio y televisión de calidad.

14) Nuevas tecnologías y servicios

A diferencia de la ley anterior, la propuesta contempla el potencial impacto que provocaría la incorporación de nuevas tecnologías y servicios que no se encuentren operativas en la actualidad. Se procura un desarrollo armónico atendiendo a los espacios futuros a crearse por vía de los procesos de digitalización, en los que la pluralidad debe ser garantizada.

15) Radio y televisión estatales más participativos

Se crea Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, que reunirá a todos los servicios de radiodifusión sonora y televisiva que en este momento se encuentra bajo la órbita del Estado Nacional. El Directorio estará integrado por siete miembros, con un presidente y un director designado por el Poder Ejecutivo y tres directores propuestos por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, uno por la primera minoría, otro por la segunda y otro por la tercera. Y se crea un Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos que garantiza mayor participación social.

16) Medios Municipales y Provinciales

Se reserva para cada Estado Provincial y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires una frecuencia AM, una FM y una de televisión abierta. Cada Estado Municipal tendrá reservada una frecuencia FM.

17) Más voces de la sociedad civil

Se reserva el 33% de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura, para las organizaciones sin fines de lucro. Además, los pueblos originarios serán autorizados para la instalación y funcionamiento de radios AM y FM y así como de señales de televisión abierta.

18) Medios Universitarios y Educativos

Las Universidades Nacionales podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión. Deberán dedicar espacios relevantes de su programación a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria y a la creación y experimentación artística y cultural.

19) Televisión e infancia

Se prevé la creación de un Fondo de Fomento Concursable para la Producción de Programas de Televisión de Calidad para Niños, Niñas y Adolescentes que tendrá como objetivo desarrollar estrategias que permitan producir más televisión y radio de carácter educativo, cultural e infantil.

20) Cine nacional

Se establece, por primera vez, la fijación de una cuota de pantalla. Los canales de televisión abierta y de cable deberán exhibir de forma obligatoria y en estreno televisivo ocho películas nacionales por año. La ley actual no contempla ninguna normativa de promoción del cine nacional.

Disponible en:

<http://www.argentina.ar/es/pais/nueva-ley-de-medios/C2396-nueva-ley-de-medios-punto-por-punto.php>

LA LEY EN LOS OTROS PAÍSES LATINOAMERICANOS

14 de septiembre de 2011

Brasil: buscan sancionar una ley de medios

El PT lleva adelante una iniciativa para que se debata en el congreso un nuevo marco regulatorio de la comunicación.

El marco legal regulatorio de las comunicaciones vigente en Brasil data de 1963 y ha permitido la formación de grandes monopolios que priorizan la cuestión empresarial a la tarea de informar, difundir, y compartir información.

Como en el caso de la Argentina previa a la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la concentración mediática en Brasil, además de ser un gran negocio, es una fuente de poder político, que difunde el discurso de los más poderosos y defiende sus intereses.

El Partido de los Trabajadores (PT), al que pertenece la presidenta Dilma Rousseff, presentó durante su cuarto Congreso realizado a principios de septiembre, un documento que plantea someter a debate en el Congreso un nuevo marco regulador de comunicación social, luego de conocidas las maniobras de varios medios conservadores para criminalizar a los militantes del partido y a varios funcionarios, entre ellos tres ministros.

Así, la resolución final del IV Congreso del PT define que “Las reformas institucionales no estarán completas si no son acompañadas por una profunda democratización de la comunicación. La convergencia de medios necesita ser seguida con medidas que amplíen el acceso, rompan monopolios y garanticen la efectiva pluralidad de contenidos”.

Por supuesto, tal como sucedió en Argentina, no se hizo esperar la reacción crítica de los monopolios, que ven en la iniciativa un ataque a sus intereses en caso de convertirse en ley.

Las corporaciones no ahorraron calificativos para denostar la propuesta. La trataron de autoritaria, y apelaron a la idea de la censura. Frente a las críticas, el secretario general de la Presidencia, Gilberto Carvalho, respondió: “Me extraña que alguien piense que democratizar la comunicación es autoritarismo. Todos los países tienen reglamentación. Eso es bueno para Brasil, para la democracia, para los medios y para la libertad de prensa”.

La ministra de Relaciones Institucionales, Ideli Salvatti, también defendió la nueva propuesta: “Todos los sectores tienen un marco regulatorio y la comunicación en Brasil no. La mayoría de los países tiene y tienen que quedar establecidos en una ley los límites y los derechos de la comunicación. Eso deberá definirlo el Congreso Nacional”.

Además Salvatti agregó que “la libertad de prensa debe mantenerse a cualquier precio y no hay contradicción entre este principio y la reglamentación”.

Desde el gobierno brasileño se trató de bajar el nivel de la polémica que causara la propuesta del oficialista Partido de los Trabajadores (PT), y se descartó cualquier censura o control de contenido sobre las empresas periodísticas.

Así, el ministro de Comunicación brasileño, Paulo Bernardo, aseguró que la normativa que el gobierno maneja para enviar al Congreso es la reglamentación de la comunicación electrónica, de radio y TV. De esa forma Bernardo se distanció del apurado apoyo que pares de su gabinete dieran públicamente a la resolución sobre medios del PT.

Bernardo intentó aplacar los ánimos al sostener que “Es importante diferenciar la posición del partido de la posición del gobierno. El PT tiene sus posiciones y el gobierno tiene un programa”, y destacó que el gobierno trabaja en un proyecto de ley para crear una agencia encargada de vigilar que la radio y la televisión incluyan programación nacional, pero sin interferir en los contenidos.

“La Constitución prohíbe la censura o el control de contenido, lo que sí hay que vigilar es que las empresas de comunicación eviten los contenidos racistas o que atenten contra los derechos de los chicos y los adolescentes, pero nadie va a espiar a los medios”, dijo el ministro.

Aparentemente, la cuestión quedaría planteada en Brasil con dos miradas distintas pero el Partido de los Trabajadores y el Poder Ejecutivo coinciden en la cuestión fundamental: la necesidad de una reglamentación de la comunicación. Incluso Bernardo defendió al PT. “No se habla del control ni significa un atentado a la libertad de prensa” dijo el ministro.

Por otra parte, el gobernador de Pernambuco, Eduardo Campos, presidente del Partido Socialista Brasileño (PSB) y aliado del gobierno, se pronunció en contra de la propuesta del PT. “En nuestro congreso esas cuestiones no está en agenda porque estamos preocupados con la economía, la exportación, la salud y educación públicas. El control de los medios debe hacerlo la ciudadanía. Si a mí no me gusta un medio, no lo consumo”, dijo.

Como ha quedado demostrado en Argentina, democratizar la comunicación resulta casi tan difícil como transformar un Estado dictatorial en otro democrático y eso hace pensar que, en Brasil, la lucha por democratizar los medios será otra edición de “la madre de todas las batallas”.

Fuente: APAS

Disponible en: <http://www.elargentino.com/Content.aspx?id=157679>

30 de julio de 2011

Ley de medios, boliviana

El Estado se guarda un tercio del espectro y reserva espacios para las organizaciones sociales y comunidades indígenas. La polémica fue por la autorización para pinchar teléfonos sin orden judicial.

La Asamblea Legislativa Plurinacional aprobó ayer la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, que llegó al escritorio del presidente Evo Morales sin modificaciones, dada la abrumadora mayoría oficialista. En las últimas semanas, la propuesta original del Movimiento Al Socialismo tuvo algunas modificaciones, luego de que organizaciones sociales se rebelaran ante la posibilidad de perder espacio en el aire. El debate parlamentario se concentró principalmente en dos líneas de texto, según las cuales el Estado Plurinacional puede pinchar teléfonos cuando lo crea conveniente.

La nueva ley establece que las frecuencias de radiodifusión se dividen en un 33 por ciento para el Estado, otro 33 por ciento para el ámbito comercial, 17 por ciento para el sector social comunitario y el 17 restante para los pueblos indígenas originarios y campesinos.

Andrés Gómez Vela, director nacional de la Red Erbol, comentó que la propuesta de ley original de la Asamblea Legislativa Plurinacional “era neoliberal. Reproducía la ley de Gonzalo Sánchez de Lozada. Como organizaciones sociales hemos solicitado espacios y algunos legisladores nos escucharon. Así logramos que hubiera más justicia en la distribución de frecuencias”. Las organizaciones sociales destacaron que en un

primer momento el gobierno nacional proponía repartir las frecuencias en un 80 por ciento para empresas privadas y 20 por ciento para el Estado.

Lo que preocupa al director de Erbol es que “la autoridad que va a controlar la distribución de esas frecuencias va a ser nombrada por el gobierno. De esa manera, cada gobierno que pase va a poder presionar a los medios según sus intereses. Por este motivo exigimos que la sociedad civil tenga participación en la elección de esta autoridad, para asegurar la mayor independencia posible en la administración de frecuencias”.

La Fundación Unir también participó de las reuniones con assembleístas para plantear sus observaciones al proyecto del MAS. A los pocos días apareció una nueva versión, “que incluyó en distinta medida disposiciones que atienden las observaciones hechas por la fundación”.

Rescataron que ahora “se habla explícitamente de participación y control social y se instruye a los gobiernos autónomos para que creen espacios al respecto. Se establecen requisitos de calidad para asignar frecuencias a los medios comunitarios (los comerciales serán por licitación, los del Estado de manera directa y no se explica el caso de los indígenas) y se retira la autorización para la intervención de los correos electrónicos” (de los empleados por parte de los patrones). Según la nueva ley, las licencias de los medios pasan a ser un “derecho adquirido”. Por este motivo, los titulares de las autorizaciones transitorias especiales o concesiones para el funcionamiento de emisoras de radio y televisión tienen un año para migrar hacia las “autorizaciones” o “licencias”.

El único artículo que generó discusiones fue el 111, que dice que “en caso de peligro para la seguridad del Estado, los operadores y proveedores de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación estarán obligados a cooperar y poner a disposición de las autoridades públicas legítima y legalmente constituidas, de manera gratuita y oportuna, las redes y servicios, así como la emisión, transmisión y recepción de las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación que les sean requeridas”. Ni oficialismo ni oposición pudieron negar que los Estados espían desde que son Estados, con o sin ley.

Fuente: Página 12

Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elmundo/4-173372-2011-07-30.html>

22 de diciembre de 2010

Promulgada Ley de Medios en Venezuela

El presidente de Venezuela, Hugo Chávez, promulgó este miércoles la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos aprobada por mayoría en la Asamblea Nacional (AN, Parlamento) el pasado lunes y que da a la producción nacional protagonismo para la construcción del nuevo modelo comunicacional.

"Hola Candangueros madrugadores! Les informo que ahora mismo estoy firmando la promulgación de la nueva Ley Resorte", informó el mandatario a través de su cuenta en la red social Twitter @chavezcandanga.

La norma, que se aprobó por mayoría calificada, reemplazará a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (conocida como Resorte), vigente desde el 15 noviembre de 2005.

El Objetivo central del recién aprobado instrumento jurídico, es "establecer, en la difusión y recepción de mensajes la responsabilidad social de los prestadores de servicios de radio y televisión, proveedores de servicios de Internet y medios

electrónicos, anunciantes y usuarios (...) para fomentar el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses".

La Ley prohíbe "en todos los horarios" la transmisión de mensajes que contengan elementos de sexo tipo C, D y E, además de "los que puedan incitar y promover al odio y la intolerancia por razones políticas, religiosas, diferencia de género por racismo o xenofobia".

Del mismo modo, queda prohibido la transmisión de contenido que puedan constituir manipulaciones mediáticas, inducir al magnicidio, hacer apología del delito, fomentar zozobra en la ciudadanía o los destinados a desconocer a las autoridades legítimamente constituidas, entre otros.

Además, la mencionada legislación insta a los proveedores de Internet a establecer mecanismos que permitan restringir la difusión de los mensajes anteriormente mencionados y, en este sentido, el acceso a los portales que los publiquen.

La reformada normativa establece como Producción Nacional a todos aquellos programas que tengan capital, locaciones, guiones, autores, personal artístico y técnico, así como valores de la cultura de Venezuela.

De acuerdo a los argumentos expuestos para su aprobación, la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos democratiza la distribución del espectro radioeléctrico, para lo cual reserva espacios de la programación diaria de los medios audiovisuales para difundir producciones nacionales y producciones nacionales independientes.

El texto jurídico de la ley, en su artículo dos, plantea que "la interpretación y aplicación de esta Ley estará sujeta, sin perjuicio de los demás principios constitucionales a la libre expresión de ideas, opiniones y pensamientos.

Además, contempla la comunicación libre y plural, prohibición de censura previa, responsabilidad ulterior, democratización, participación, solidaridad y responsabilidad social, soberanía, seguridad de la Nación y libre competencia.

Desde que se comenzó a debatir, la normativa ha despertado críticas en el sector opositor que afirma que restringe el acceso a Internet.

Al respecto, el presidente de la Comisión de Ciencia, Tecnología y Comunicación Social de la Asamblea Nacional, Manuel Villalba, aseguró que Internet no será regulado.

Con el instrumento legal "se busca darle un buen uso a este medio informativo, además de velar por la integridad de la población más vulnerable, los adolescentes y niños", apuntó el parlamentario.

Por su parte, el diputado y periodista venezolano, Earle Herrera, explicó que Venezuela no es la única nación del mundo donde se han adoptado leyes para regular el uso de Internet, pues cada ciudadano debe responsabilizarse de los mensajes transmitidos.

"La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela contempla un conjunto de prohibiciones contra el anonimato, propaganda de guerra, mensajes de discriminación sexual, agresión a niños, niñas y adolescentes", resaltó el diputado reelecto.

Descartó que la reforma tenga que ver con la campaña desatada por la oposición, que afirma que lo que se planea es una supuesta erradicación de Internet, puesto que se contradice con la realidad venezolana.

El Gobierno de Caracas ha democratizado el acceso a las tecnologías de la información y los medios de comunicación, con el surgimiento de los Infocentros y medios comunitarios, programas que han sido reconocidos a nivel internacional.

El pasado viernes, la periodista venezolana Maripili Hernández explicó a teleSUR, que la reforma de Ley busca optimizar el flujo de información y regular a "los medios de comunicación que usan como plataforma el Internet", no a la red en sí misma.

“Esta Ley, como su nombre lo indica, no busca regular el Internet, busca regular a los medios de comunicación que utilizan como plataforma el Internet, es decir medios electrónicos”, aclaró la comunicadora.

Fuente: TeleSur

Disponible en: <http://www.telesurtv.net/secciones/noticias/86202-NN/promulgada-ley-de-medios-en-venezuela/>

RELACIÓN MEDIOS-UNIVERSIDADES

20 de septiembre de 2011

Luis Lázzaro y el rol de las universidades con la nueva Ley de Medios

El actual coordinador general de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), e impulsor de la nueva Ley de Medios, Luis Lázzaro, disertó en la Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM) en el marco de una emisión especial del programa “Reportaje Abierto”, conducido por Néstor Sclauzero en Radio Universidad (FM 89.1).

En su alocución, Lázzaro profundizó sobre el mapa de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, y reconoció que “la UNLaM ha crecido de una manera impresionante y, junto al resto de las universidades, tiene condiciones para generar los nuevos contenidos”. Y agregó que, “desde la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner, y a través del Consejo Interuniversitario Nacional, estamos deseando que sean protagonistas del nuevo mapa de medios en el país”.

Así, uno de los impulsores de la Ley consideró que “las Casas de Altos Estudios deben tener un rol distintivo, mediante la incorporación de sus contenidos, investigaciones y trabajos científicos vinculados a nivel regional”.

En ese sentido, indicó que este cambio “genera un nuevo desafío para las universidades, respecto a la formación de nuevos espectadores, que van a nutrirse de sus contenidos culturales”, al mismo tiempo que subrayó “el esfuerzo que realizan los rectores de las 47 universidades para tener una señal común y sus propios contenidos”.

Más tarde, Sclauzero saludó al ingeniero Horacio Baradacco, que se encarga de la puesta en funcionamiento de las antenas transmisoras, quien destacó que “la televisión digital permite diversos grados de interactividad con el espectador”, e insistió en que las universidades a las que se les asignó un canal digital “serán pioneras y deberán definir la forma de interactuar en Argentina”.

Para el cierre de “Reportaje abierto”, el director del Instituto de Medios de Comunicación de la UNLaM, Sergio Barberis, entregó una placa recordatoria de su visita y agradeció el impulso de la Ley, “que beneficia a esta y tantas otras universidades porque, de lo contrario, todavía deberíamos seguir peleando para conseguir un espacio”.

Disponible en:

<http://www.unlam.edu.ar/index.php?seccion=-1&accion=noticia&idNoticia=112>

12 de julio de 2011

La UNLaM tendrá su canal de televisión

La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) le asignó a la Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM) la frecuencia 61 para televisión en la banda UHF, bajo la norma técnica ISDB-T de canales, segmentos y difusión de múltiples programas.

El otorgamiento del sistema de Televisión Digital Terrestre (TDT) del Estado Nacional se produjo en cumplimiento del reordenamiento del espectro radioeléctrico y de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, tal como figuran en las resoluciones 689 y 687 publicadas en el Boletín Oficial.

Este logro se suma a las coproducciones audiovisuales realizadas por esta Casa de Altos Estudios en los filmes “Las manos”, “Fierro, la película”, “Homero Manzi, un poeta en la tormenta” y “Las viudas”; las producciones propias para Canal Encuentro, Canal (á) y varios documentales.

Asimismo, la UNLaM cuenta con la frecuencia modulada Radio Universidad (FM 89.1), el Periódico EL1 (versión impresa y digital), el Centro de Opinión Pública y la agencia de Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTyS), pertenecientes al Instituto de Medios de Comunicación.

Fuente: Diario EL1

Disponible en:

<http://www.unlam.edu.ar/index.php?seccion=-1&accion=noticia&idNoticia=85>

1 de julio de 2011

Se asignan frecuencias de TV a universidades y provincias

La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual asignó frecuencias para televisión a 43 universidades nacionales del país, a la ciudad de Buenos Aires y a catorce provincias.

La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual asignó frecuencias para televisión a 43 universidades nacionales del país, a la ciudad de Buenos Aires y a catorce provincias, en el proceso de reordenamiento de la banda UHF, por sendas resoluciones publicadas en el Boletín Oficial.

Por resolución 687/2011, asignó a las Universidades Nacionales las frecuencias en la banda de UHF, en tanto por Resolución 689/2011 asignó a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a los Estados Provinciales las frecuencias en la banda de UHF.

Previo al inicio de las emisiones del servicio deberá solicitar, ante el organismo, la asignación de los restantes parámetros técnicos por la Comisión Nacional de Comunicaciones, a cuyo efecto consignará el lugar de emplazamiento de la planta transmisora.

UNIVERSIDAD NACIONAL	LOCALIDAD	PROVINCIA	FRECUENCIA EN LA BANDA DE UHF
MISIONES	POSADAS	MISIONES	33
RIO NEGRO	VIDMA	RIO NEGRO	33
SALTA	SALTA	SALTA	33
SAN JUAN	SAN JUAN	SAN JUAN	33
SAN LUIS	SAN LUIS	SAN LUIS	33
PATAGONIA AUSTRAL	RIO GALLEGOS	SANTA CRUZ	33
ROSARIO	ROSARIO	SANTA FE	33
LITORAL	SANTA FE	SANTA FE	26
SANTIAGO DEL ESTERO	SANTIAGO DEL ESTERO	SANTIAGO DEL ESTERO	33
TUCUMAN	SAN MIGUEL DE TUCUMAN	TUCUMAN	34
CHILECITO	CHILECITO	LA RIOJA	28
FORMOSA	FORMOSA	FORMOSA	33
CUYO	MENDOZA	MENDOZA	34
COMAHUE	NEUQUEN	NEUQUEN	33
ENTRE RIOS	PARANA	ENTRE RIOS	34
CHACO AUSTRAL	ROQUE SAENZ PEÑA	CHACO	27
CATAMARCA	SAN FERNANDO DEL VALLE DE CATAMARCA	CATAMARCA	33
TIERRA DEL FUEGO, ANTARTIDA E ISLAS DEL ATLANTICO SUR	RIO GRANDE	TIERRA DEL FUEGO, ANTARTIDA E ISLAS DEL ATLANTICO SUR	34

UNIVERSIDAD NACIONAL	LOCALIDAD	PROVINCIA	FRECUENCIA EN LA BANDA DE UHF
BUENOS AIRES	CABA		59
TECNOLOGICA CABA	CABA		62
AVELLANEDA	AVELLANEDA	BUENOS AIRES	60
LANUS	LANUS	BUENOS AIRES	57
LOMAS DE ZAMORA	LAVALLOL-LOMAS DE ZAMORA	BUENOS AIRES	66
QUILMES	QUILMES	BUENOS AIRES	58
ARTURO JAURETCHE	FLORENCIO VARELA	BUENOS AIRES	55
LA PLATA	LA PLATA	BUENOS AIRES	56
GENERAL SAN MARTIN	SAN MARTIN	BUENOS AIRES	55
LA MATANZA	SAN JUSTO	BUENOS AIRES	61
TRES DE FEBRERO	CASEROS	BUENOS AIRES	56
GENERAL SARMIENTO	LOS POLVORINES-MALVINAS ARGENTINAS	BUENOS AIRES	66
JOSE C. PAZ	JOSE C. PAZ	BUENOS AIRES	58
MORENO	MORENO	BUENOS AIRES	66
LUJAN	LUJAN	BUENOS AIRES	57
SUR	BAHIA BLANCA	BUENOS AIRES	21
NOROESTE BUENOS AIRES	JUNIN	BUENOS AIRES	21
MAR DEL PLATA	MAR DEL PLATA	BUENOS AIRES	21
CENTRO	TANDIL	BUENOS AIRES	21
PATAGONIA	COMODORO RIVADAVIA	CHUBUT	33
RIO CUARTO	RIO CUARTO	CORDOBA	30
VILLA MARIA	VILLA MARIA	CORDOBA	29
NORDESTE	CORRIENTES - RESISTENCIA	CORRIENTES	26
JUJUY	SAN SALVADOR DE JUJUY	JUJUY	33
LA PAMPA	SANTA ROSA	LA PAMPA	33
LA RIOJA	LA RIOJA	LA RIOJA	33

Fuente: AFSCA

Disponible en: <http://www.afsca.gov.ar/web/blog/?p=4456>

AVANCES LOGRADOS A PARTIR DE LA LEY DE MEDIOS

4 de octubre de 2011

Nuevos canales de aire por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

Dieciseis nuevos canales de televisión de aire se sumarán a la grilla a fin de año en capital y el conurbano; ocho frecuencias serán comerciales, y otras tantas para organizaciones sin fines de lucro. También habrá cuatro nuevas señales para celulares. La licitación es considerada la primera gran consecuencia de la Ley de Servicios Audiovisuales.

Esta es la primera gran consecuencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que apunta a cambiar la forma de mirar televisión de los argentinos después de más de 40 años.

De las 220 señales de aire que se están licitando en este momento en todo el país, se concursarán un total de 16 en la Ciudad de Buenos Aires. De las ocho frecuencias comerciales, dos tendrán un alcance de 12 kilómetros cuadrados, mientras que otras seis, más potentes, llegarán a 70 kilómetros cuadrados, más allá de los límites de la Capital, y alcanzarán a las localidades del Conurbano Bonaerense. Lo mismo sucederá con las frecuencias que sean asignadas a las organizaciones civiles, como sindicatos, fundaciones o iglesias.

Dos factores centrales produjeron que este cambio de paradigma cultural sea posible: la sanción de la Ley 26.522 de Comunicación Audiovisual, que dio el marco legal para que en el país se liciten esas frecuencias, se limiten los monopolios y se acabe con la hegemonía cultural, más la adscripción a la norma japonesa, junto con otros países de América Latina, que abrió la posibilidad de llamar a concurso en la banda UHF, más comúnmente llamada "aire". Esta nueva banda, además de brindar TV abierta y digital -incluso en alta definición (HD por sus iniciales en inglés de high definition), también se podrá usar para telecomunicaciones e Internet.

Hasta el momento hay 29 televisoras abiertas con licencia en la Argentina. El resto son canales comunitarios que se fueron instalando como una necesidad de la población de tener información local, algo similar a lo que sucedía con las llamadas radios FM "truchas". Otra de las consecuencias, ante la falta de opciones por aire, es que creció el negocio del cable (televisión paga) hasta convertirse en una costumbre no sólo para ver más canales extranjeros o de películas, sino también para poder ver los canales de TV de aire.

La ley establece la necesidad y la obligatoriedad de parte del gobierno, a través de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), de democratizar los medios de comunicación para generar una mayor pluralidad de voces.

En la televisión analógica, los canales de aire ocupan una frecuencia completa. Ahora, con la televisión digital (UHF), en una definición estándar entrarán hasta cuatro señales por frecuencia, más una quinta señal para pantallas de teléfonos celulares (llamada One Sec). Si la definición es alta (HD), la señal ocupará dos frecuencias o más, pero a medida que siga avanzando, la tecnología entrarán cada vez más frecuencias en cada canal.

CONCURSOS:

Los concursos vencen en un mes y medio. Entre el 9 y el 15 de noviembre se termina el tiempo para comprar los pliegos. Luego, un jurado analizará diferentes aspectos de las propuestas.

Principales cuestiones a evaluar:

- El arraigo, es decir, el compromiso de la señal con la realidad económica, política y cultural de la comunidad en donde emite.
- El nivel de inversión que aportará el empresario y su capacidad de emplear trabajadores y sostener sus puestos.
- El proyecto cultural y comunicacional que se propone.

Luego del procedimiento de evaluación del jurado, cada oferente obtendrá un puntaje. Los cuatro mejores se quedarán con las frecuencias, y el primero se queda también el One Sec, o sea, la frecuencia para transmitir a celular.

Los ganadores deberán explotar el servicio hasta que finalice la licencia, que dura diez años (con opción a diez años más) y no son transferibles, o sea, que no hay posibilidad de reventa. Si no se cumple con la propuesta comunicacional que se expuso para ganar la licitación, la ley contempla mecanismos de sanciones y hasta la pérdida de licencias.

Una vez adjudicadas, las señales comenzarán a emitir desde la plataforma de ARSAT (una empresa argentina de Soluciones Satelitales de capital estatal), que aportará la planta transmisora instalada en el barrio porteño de Villa Lugano, la antena y la electricidad, a cambio de una expensa mensual. Otra de las novedades es que las empresas de TV por cable estarán obligadas a transmitir las nuevas señales.

Por su parte, los nuevos empresarios de medios estarán obligados a ofrecer como mínimo un 60% de producción nacional, un 30% de producción propia, que debe incluir informativos locales, y un 30% de producción local independiente cuando se trate de ciudades de más de 1,5 millones de habitantes. La producción independiente baja al 15% cuando las ciudades tengan menos de 600 mil habitantes, y al 10% en las localidades más chicas. También deberán brindar programación infantil durante la mañana. Además será obligatorio que el noticiero del horario principal sea el local y no, como pasa en las ciudades de las distintas provincias, que se emita el informativo de Buenos Aires.

Para poder cumplir con todos estos requisitos, los nuevos canales podrán echar mano en parte a los contenidos del Banco de Contenidos Universales Argentinos (BACUA), y también se podrán hacer convenios con los canales del Estado, como Pakapaka o Encuentro. Ambos recursos servirán para apoyar el proyecto cultural del medio.

A partir de aplicación de ley se Servicios Audiovisuales, además de generar más trabajo para productoras independientes, actores, técnicos, periodistas, guionistas, maquilladores, vestuaristas, diseñadores y locutores, dentro de muy poco, estos nuevos canales de televisión de aire van a estar gratis a disposición de todos los televisores argentinos.

Disponible en: <http://www.medios.gov.ar/nuevos-canales-de-aire-por-la-ley-de-servicios-audiovisual/>

23 de julio de 2011

En respaldo a la ley de medios

A través de un comunicado firmado por su presidenta, Mónica Cohendoz, de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (Fadeccos) emitió un pronunciamiento “ante las declaraciones de algunos candidatos que competirán en las próximas elecciones presidenciales, expresando su voluntad de anular o modificar sustancialmente la ley 26.522 de Servicios Audiovisuales de Comunicación”. En el texto se rechaza “enfáticamente las propuestas referidas a la anulación -total o parcial- (de la ley) y también la modificación del espíritu democratizador y de las disposiciones que lo garantizan” y que están contenidas en la norma legislativa.

Fadeccos es una de las dos asociaciones que en la Argentina reúnen a las carreras universitarias vinculadas con la comunicación. Redcom (Red de Facultades y Carreras de Comunicación), la otra entidad, también mantiene su firme respaldo a la ley.

En el comunicado, la organización universitaria “asume la obligación académica y política de hacer pública su posición” y recuerda que la ley aprobada en octubre del 2009 “fue fruto de un riquísimo proceso de debate social y legislativo del cual Fadeccos participó activamente, en la convicción de que es imposible consolidar y fortalecer la democracia política sin la existencia de un sistema de medios de comunicación audiovisual que garantice el acceso plural e irrestricto a la palabra pública”.

Agrega en el mismo sentido que la ley de SCA, “fundada en la consideración de las libertades de información y expresión como derechos humanos representa un incuestionable avance para el ejercicio de esas libertades, ya que consagra la posibilidad de acceder al uso del espacio radioléctrico por parte de diferentes actores de la sociedad”, posibilidad, sostiene, “antes restringida a empresas comerciales y al Estado”.

Reivindica también que la misma norma “contiene disposiciones encaminadas a evitar la concentración monopólica que en el terreno comunicativo produce, inevitablemente, un menoscabo de la variedad de voces en el espacio público, e instituye organismos colegiados de aplicación y control de la ley, con representación de distintos poderes del Estado y de la sociedad civil (entre ellos los propios medios audiovisuales y las carreras de comunicación de las universidades públicas nacionales”.

Fadeccos subraya la importancia de la “pluralidad de expresiones” garantizada por la ley a través de “disposiciones orientadas a revalorizar y fomentar la producción de contenidos informativos y artísticos nacionales y locales, propiciando así el reconocimiento de la diversidad cultural de nuestro país, así como las potencialidades creativas de periodistas, comunicadores, músicos, escritores y un sinnúmero de productores culturales -incluidas las universidades-, a todos los cuales el estrecho y concentrado mercado audiovisual ha impedido el acceso durante muchos años”.

La organización de las universidades termina su declaración ratificando “su compromiso para defender la plena vigencia de esta norma y para enriquecerla desde las prácticas académicas que desarrollan sus facultades, escuelas y carreras asociadas”.

Fuente: Página/12

Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-172856-2011-07-23.html>

15 de julio de 2011

La nueva TV garantizará mayor pluralidad

Con el llamado a licitación de 220 nuevas señales, la televisión argentina traerá expresiones que antes fueron “opacadas o no consideradas”, sostuvo el titular de la Autoridad de Aplicación, Gabriel Mariotto.

El presidente de la Autoridad Federal de Aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, Gabriel Mariotto, destacó que el llamado a licitación de unas 220 nuevas señales de televisión implican un gran avance en la libertad de expresión, ya que la mitad se destinarán a organizaciones civiles sin fines de lucro que tenían sus voces “opacadas”.

Al ser entrevistado en el canal CN23, Mariotto consideró que el avance democrático que se registra a partir de la Ley de Medios es “muy bueno”. Y explicó: “Primero porque la construcción se hizo en base a una gran reflexión y participación de la ciudadanía. Y hoy están en la mesa familiar los temas que estaban vedados durante 26 años”.

“Y -agregó- porque la aplicación empieza a tener frutos: uno de ellos, más allá del Fútbol para Todos, del Deporte para Todos, de los nuevos medios de baja potencia están ajustándose a derecho y pueden emitir; pero que se llamen a concurso 220 señales de televisión, después de que desde el año 51 cuando nació Canal Siete como televisora abierta, hasta este momento, hay 29 canales privados, 10 canales del Estado, dos de universidades y dos del Obispado”.

En esa línea, precisó que “esa es la oferta de medios de TV abierta en la Argentina. Y de buenas a primeras se llama a licitación para 220, de las cuales 110 son para los sectores sin fin de lucro: asociaciones, fundaciones, cooperativas que no sólo contarán con licencia sino que también tienen el espectro garantizado”.

Y concluyó el titular de la Autorización Federal de Aplicación que “esta oferta de ampliación de nuevas ventanas para que haya una verdadera competencia de contenidos pone en valor a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, más allá de los tiempos de producción propia, hay que producir. La verdadera competencia está, entonces, en los contenidos, múltiples puntos de vista, expresiones culturales que fueron opacadas o no consideradas”.

Fuente: La mañana de Córdoba

Disponible en:

<http://www.argentina.ar/hablemostodos/noticias/C2547-la-nueva-tv-garantizara-mayor-pluralidad.php>

12 de enero de 2011

Agencia nacional de noticias escolares

El organismo argentino encargado de aplicar la Ley de Medios lanzó la Agencia Nacional de Noticias Escolares, una nueva voz que entra en escena para hacer un singular aporte al proceso de democratización de la palabra.

Argentina se ha colocado a la vanguardia en materia de comunicación, no sólo generando cambios trascendentales en su legislación para garantizar la libertad de expresión y la pluralidad de opiniones, sino también creando espacios novedosos de convergencia entre medios y educación pública.

Si el canal Encuentro transformó la forma de concebir la televisión educativa, ahora existe una agencia que promete hacer lo propio en la red de redes. Se trata de la Agencia Nacional de Noticias Escolares (ANDeNES), impulsada por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA).

“Celebro esta cooperación entre comunicación y educación que permite que haya una agencia para difundir a nivel nacional las voces que circulan en la vida cotidiana de las escuelas”, dijo el titular del organismo, Gabriel Mariotto.

Con varias secciones que incluyen noticias, informaciones, entrevistas, columnas y otras piezas que se irán actualizando semanalmente, ANdeNES pretende convertirse en insumo periodístico para las escuelas y, a su vez, en punto de referencia para la participación de las instituciones con producciones e iniciativas propias.

“Esta agencia está abierta a toda expresión de alumnos y docentes de cada rincón del país y de la región, ya sea académica, artística, cultural, deportiva, entre otras. Consideramos que, sin el aporte de las escuelas, no habrá producción periodística capaz de constituirse en una voz representativa, ni posibilidad de establecer un trabajo sistémico interescolar a nivel nacional y del Mercosur”, sostienen desde ANdeNES.

El nacimiento de la agencia se inscribe en el nuevo escenario planteado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual con un propósito claro: “Acompañar los procesos educativos impulsados por el Ministerio de Educación de la Nación fortaleciendo la distribución social de los conocimientos en el campo de la comunicación”.

Ni más ni menos que un “tren de la comunicación” comprometido con la educación pública, la democratización de la palabra y la integración cultural latinoamericana.

Fuente: APM

Disponible en: <http://www.periodismosocial.org.ar/notacompleta.cfm?id=4250>

NUEVA LEY: MUNICIPIOS, MEDIOS LOCALES Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

La nueva ley contempla a los actores recién señalados -relegados históricamente-, garantizando su participación como prestadores de servicios de radiodifusión, por lo que los convierte en protagonistas de un proceso de democratización de la palabra. Seguidamente, se describe

Públicos, comerciales y comunitarios

Existen tres tipos de prestadores de servicios de radiodifusión: públicos, comerciales y comunitarios de organizaciones de la Sociedad Civil sin fines de lucro. Quedará prohibido todo tipo de discriminación o cercenamiento a causa de la naturaleza jurídica de la organización propietaria, en cuanto a potencia, cantidad de frecuencias disponibles o limitaciones a los contenidos. Todos los servicios de radiodifusión podrán contratar publicidad en igualdad de condiciones, ya que así se respetan los derechos humanos económicos, sociales y culturales.

Públicos no gubernamentales

Los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales. Deberán proveer una amplia variedad de programación informativa, educativa, cultural, de ficción y de entretenimiento garantizando la participación ciudadana y la atención a las necesidades de la población. En todas las regiones del país se destinará una frecuencia a la recepción gratuita del canal de TV pública nacional y de Radio Nacional; y de igual forma se reservará al menos una frecuencia para una radio y una emisora de TV provincial y una emisora de FM municipal. Los servicios de la radiodifusión universitaria constituyen un sistema público de gestión autónoma y se reservará no menos de una frecuencia de radiodifusión a cada una de las Universidades públicas nacionales.

Sin fines de lucro

Los planes técnicos deberán reservar al menos el 33% de frecuencias, en todas las bandas, para entidades sin fines de lucro. En estos casos tendrá que prevalecer como

criterio de asignación de frecuencias el plan de servicios y la inserción de las entidades en su comunidad.

Producción local y nacional

La ley establecerá cuotas que garanticen la difusión sonora y audiovisual de contenidos de producción local, nacional y propia. Esto implica producción realizada por actores, músicos, directores, periodistas, artistas, investigadores y técnicos argentinos, y reglamentará la obligación de inversión en producción propia y en la compra de derecho de antena de películas nacionales.

Inclusión de la comunicación regional

Los sistemas de distribución de señales deberán incluir en su grilla de canales las emisoras de TV de aire de la localidad, el canal público nacional y un canal con producción informativa local y propia.

INVESTIGACIONES

El rol del Estado frente a las Políticas Públicas de Comunicación

La Televisión Digital Abierta y la democratización en la generación de contenidos

Tasso, Lucía

Resumen

La presente monografía se enfoca en la democratización que se está produciendo con la creación de contenidos para la implementación de la Televisión Digital Abierta. Con ese objetivo, se realiza un análisis de la Televisión Pública como medio de comunicación, citando a expertos en la materia para abordar todas las posturas vinculadas al tema. Además, se estudia el papel de las Universidades Nacionales como actores protagónicos en la generación de contenidos.

En términos generales, este trabajo intenta mostrar el cambio del rol del Estado como ejecutor de Políticas Públicas en materia de Comunicación, que se generó con la administración del gobierno de Cristina Kirchner, tomando como punto de partida la promulgación de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Estamos ante un verdadero cambio en lo referente a la administración y el funcionamiento de este medio de comunicación, gestionado por el Estado Nacional y potenciado por las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías.

Disponible en: Biblioteca de la Universidad Nacional de La Matanza, Trabajo Final de Comunicación Social de Lucía Tasso.

Derecho a la información y medios de radiodifusión en Argentina y el MERCOSUR

Narracci, Matías Hernán

Resumen

El actual trabajo tiene como objeto de estudio el tratamiento del derecho a la información y las políticas derivadas de las leyes que reglamentan la actividad de Radiodifusión.

Se realiza una investigación que apunta al análisis comparativo entre todos los países de la región para luego establecer conclusiones respecto de la base normativa sobre la que se desarrollan los servicios de radiodifusión y la manera en que se establece el derecho a la información en éstos.

A partir del estudio de las leyes, las medidas adoptadas por los países y los reglamentos vigentes en la actualidad, se intenta conocer los puntos en común que surgen en los diferentes ámbitos de estudio, y se analiza de qué modo los derechos de los ciudadanos se ven modificados por la nueva realidad tecnológica y legislativa. Asimismo se examina cómo convive el ejercicio del derecho a la información, con cada una de las nuevas innovaciones, de modo que tanto el ciudadano como los Estados Nacionales, sepan pensar sus acciones coyunturalmente con la región que los rodea.

Disponible en: Biblioteca de la Universidad Nacional de La Matanza, Trabajo Final de Comunicación Social de Matías Hernán Narracci.

La Teoría del encuadre noticioso en Clarín y Página 12 Web sobre el debate del Proyecto de Ley de Servicios Audiovisuales Lassi, Carla Agustina

Resumen

Entre Marzo y Junio de 2009 se debatió en foros nacionales el Proyecto de Ley de Servicios Audiovisuales que reemplazaría a la Ley de radiodifusión 22.285. El presente trabajo ofrece un análisis de los encuadres noticiosos que primaron durante este período en las publicaciones referidas a la radiodifusión de los diarios Clarín y Página 12 en su versión digital. Bajo el marco de la teoría del framing, se llevó a cabo un análisis de contenido que permitió reconocer las estrategias utilizadas por los periodistas para encuadrar un mismo acontecimiento en dos medios diferentes. Se identificaron los enfoques temáticos y episódicos, así como la naturaleza de los acontecimientos seleccionados que se reflejaron en las publicaciones de ambos periódicos.

Los resultados evidenciaron la presencia de encuadres episódicos y key events en los dos periódicos, y se comprobó la utilización de los tres encuadres temáticos seleccionados para la investigación en las publicaciones de ambos medios. La naturaleza de los acontecimientos seleccionados en las noticias de Clarín, correspondió a la clasificación negativa y neutral, mientras que en Página 12 se publicaron acontecimientos de naturaleza positiva y neutral.

Disponible en: Biblioteca de la Universidad Nacional de La Matanza, Trabajo Final de Comunicación Social de Agustina Carla Lassi.

Sala de Control: La intervención del estado en la regulación del sistema de medios de comunicación en Argentina El Ali, Julio Abraham

Resumen

En la disputa histórica de poder entre el Estado y los medios de comunicación por el control de la opinión pública, se encuentra la clave para comprender las distintas políticas comunicacionales impulsadas por los gobiernos.

La presente monografía pretende describir la relación entre el Poder Ejecutivo Argentino y los medios de comunicación desde 1976 hasta la sanción de la nueva Ley de Medios 26.522, mediante el análisis de la conformación de la Autoridad de Aplicación que cada gobierno diseñó en sus proyectos.

El grado de dependencia del organismo de control con el Poder Ejecutivo indicará la incidencia que tiene el sistema presidencialista democrático al momento de decidir la estructura de la autoridad de aplicación de las leyes que deben regular el sistema de medios de comunicación, sin caer en la tentación de controlar o dominar la opinión pública.

Disponible en: Biblioteca de la Universidad Nacional de La Matanza, Trabajo Final de Comunicación Social de Julio Abraham El Ali.

La ley de la discordia: Un recorrido por las modificaciones realizadas a la Ley de Radiodifusión 22.285 en la década del 90 que llevaron a la gestación y fortalecimiento de los Multimedios

Bruno, María Florencia

Resumen

El presente trabajo analiza el posicionamiento del gobierno menemista frente a las modificaciones realizadas a la Ley 22.285, sancionada durante la dictadura militar (1980), que llevaron a la gestación y el fortalecimiento de los multimedios mediáticos, empresas propietarias de varios medios de distinto tipo a partir de la década del 90. Se tomarán las dos presidencias de Carlos Saúl Menem (1989-1999), momento en el que se produce la conformación legal y el estallido de los multimedios y se estudiarán teniendo en cuenta aspectos concernientes al contexto político, económico y de orden jurídico. El eje troncal analizado es la normativa de la Ley 22.285 así como sus modificaciones (decretos y artículos). Para ello, se recurrirá a la observación documental y al análisis de textos y publicaciones.

Luego de la investigación realizada, se concluye que los años 90 estuvieron signados por la conformación de los grupos multimedia caracterizados por la conjunción de empresas de radiodifusión, telecomunicaciones, producción audiovisual y prensa escrita, cuya actuación se vio reflejada en la mayoría de segmentos de la comunicación masiva. Se consolidó un sistema de medios sometido a las fuerzas del mercado y bajo un marco jurídico que deliberadamente relegó imponer un mínimo de garantías que evitaran formas de reglamentación reprobadoras y burocráticas.

Disponible en: Biblioteca de la Universidad Nacional de La Matanza, Trabajo Final de Comunicación Social de María Florencia Bruno.

Recorrido histórico conceptual explicativo, de la postura crítica del diario Clarín sobre la Ley de Medios

Luca, Valeria Noe

Resumen

En este trabajo se afirma que la postura crítica de Clarín con respecto a la Ley de Medios Audiovisuales, puede ser explicada a través de la confrontación de conceptos que conforman la base epistemológica de los discursos sociales sobre medios de comunicación.

Por eso se intentará explicar el porqué de la postura del diario Clarín acerca de la ley 22.285 de medios Audiovisuales mediante un recorrido histórico, conceptual explicativo basado en el conocimiento de distintos autores que serán el sostén de esta investigación.

Por otra parte, se abordarán los temas principales que demuestren el tratamiento actual que el diario Clarín hace con respecto al proyecto del Gobierno argentino que pretende reformar o sustituir la Ley de Radiodifusión (Ley 22.285), promulgada por la última dictadura militar del 15 de septiembre de 1980.

Para desarrollar nuestro trabajo, se utilizará la confrontación de diferentes autores que plantean visiones opuestas, algunas a favor y otras en contra acerca de la actitud de Clarín frente a la ley de medios y del accionar del actual gobierno Kirchnerista con respecto al tema planteado.

El objetivo principal de este trabajo es aportar, con una lectura crítica, herramientas para el análisis del comportamiento de los medios de comunicación impresos y contribuir de esa manera a una visión sobre de qué manera nos es brindada la información.

Se tratará de cumplir con los objetivos por medio de la recopilación de diversos textos y publicaciones, sumado a un cúmulo de diversos autores que nos brindarán los conceptos fundamentales para verificar nuestra hipótesis y conocer por qué Clarín se opone tan claramente al nuevo proyecto de Ley de Radiodifusión.

Disponible en: Biblioteca de la Universidad Nacional de La Matanza, Trabajo Final de Comunicación Social de Valeria Noe Luca.

Clarín y el proyecto de Ley de Servicios de Medios Audiovisuales

Benozzi, Maximiliano Marcelo

Resumen

El presente trabajo analiza el posicionamiento del diario Clarín en torno al nuevo proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisuales. El eje central se orientó al análisis discursivo de los titulares y notas del diario en torno al proyecto de Ley. Se intentó identificar qué posicionamiento tiene tratando de analizar sus estrategias discursivas, donde se incluye el análisis de las estrategias semánticas, sus componentes, y las calificaciones acerca de los motivos del posicionamiento del diario.

Hay que tener en cuenta que Clarín es el diario de mayor tirada a nivel nacional. En medio de una pelea feroz con el gobierno nacional, conocer su posición resulta sustancial para entender el sentido que le da a sus construcciones discursivas, lo que nos puede llevar a saber la intención que el diario muestra para intentar repercutir no solo en el debate político, sino también en el espectro social, como formadores de opinión. Y en lo que hace a la situación comunicacional y periodística de la Argentina.

Al dar cuenta de la observación realizada en torno a cuatro ejemplares claves, donde se realizó un tratamiento importante del proyecto de Ley, y su posterior análisis discursivo, se detectaron ciertas calificaciones y adjetivaciones que posicionaban al diario en contra del proyecto. Se evidenciaron marcas subjetivas en el discurso, titulares impactantes, con tintes agresivos, y mucha opinión de los redactores y editores para emparentar el proyecto con el gobierno nacional, dejando de lado cuestiones esenciales de contenido.

Más allá de intentar construir un discurso impersonal, objetivo, como en todo discurso periodístico, Clarín no tuvo pruritos a la hora de dejar en el tapete su postura contraria, intentando construir una opinión adversa y una imagen negativa del proyecto de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Disponible en: Biblioteca de la Universidad Nacional de La Matanza, Trabajo Final de Comunicación Social de Maximiliano Marcelo Benozzi.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

20 años de medios y democracia en la Argentina, Daniela Blanco y Carlos Germano, Editorial La Crujía, 2005.

Servicio de Comunicación Audiovisual: Régimen Legal - Derecho Compartido, Raúl Aníbal Etcheverry y Susana Pachecoy, Editorial La Ley, Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires, 2011.

La cocina de la Ley, Néstor Busso y Diego Jaimes, Ediciones FARCO, 2011.