



Al servicio
de las personas
y las naciones

Implementación del sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas para la evaluación de la Televisión Pública Argentina

- 2015 -

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Sociales

Universidad de Buenos Aires

Facultad de Ciencias Sociales

Autoridades

Decano: Lic. Glenn POSTOLSKI

Vicedecana: Dra. Patricia FUNES

Director de Ciencias de la Comunicación: Lic. Diego DE CHARRAS

Secretaria Académica de Ciencias de la Comunicación: Dra. Mercedes CALZADO

Equipo de trabajo

Director: Lic. Diego DE CHARRAS

Coordinadora: Dra. Natalia ROMÉ

Investigadores: Lic. Mariela BALADRÓN
Lic. Yamila GÓMEZ
Lic. Andrea MALLIMACI
Lic. Sebastián SCIGLIANO

<p>Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Proyecto PNUD ARG 15/005</p>
--

Implementación del sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas para la evaluación de la Televisión Pública Argentina / Diego De Charras ... [et al.] ; compilado por Diego De Charras. - 1a edición especial. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales, 2016. Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online
Edición para la Universidad de Buenos Aires
ISBN 978-950-29-1578-4

1. Medios de Comunicación. 2. Televisión. I. De Charras, Diego II. De Charras, Diego, comp.
CDD 302.2345

INDICE

PARTE I: INTRODUCCIÓN

Presentación generalPág. 4

Capítulo 1. Cuestiones metodológicasPág. 9

Capítulo 2. La emisora pública en ArgentinaPág. 20

PARTE II – INFORME DE RESULTADOS

Capítulo 1. Transparencia y participación ciudadanaPág. 35

Capítulo 2. Diversidad culturalPág. 64

Capítulo 3. Cobertura geográfica y plataformasPág. 79

Capítulo 4. Concepción pública y democrática de la actividad periodística.....Pág. 93

Capítulo 5. Independencia.....Pág. 108

Capítulo 6. Fuentes de financiamiento.....Pág. 126

Capítulo 7. Seguimiento de audiencias.....Pág. 139

Capítulo 8. Experimentación e innovación del lenguaje.....Pág. 148

Capítulo 9. Estándares técnicosPág. 162

Capítulo 10. Cultura organizacional y políticas de Recursos HumanosPág. 170

Capítulo 11. Protección del patrimonio audiovisualPág. 177

Capítulo 14. Resultado globalPág. 191

BibliografíaPág. 195

Implementación del sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas para la evaluación de la Televisión Pública Argentina.

Presentación general

Los medios de comunicación son construcciones sociales signadas por distintas historias, geografías, visiones económicas, culturales y lingüísticas de cada sociedad. Y, en particular, los medios públicos suman a estos condicionamientos la gestión del Estado y su misma construcción. De ella se desprenden conceptos claves que hacen a la configuración de cada sistema de medios públicos, de su rol social, de sus modos de financiamiento y las representaciones que se priorizan en lo que, en definitiva, alcanza a la población: los contenidos.

Se considera aquí a la radiodifusión de servicio público un componente vital de los sistemas mediáticos contemporáneos. Un aparato robusto de radiodifusión pública, acorde a las mejores prácticas, constituye no solamente un complemento ineludible de los actores privados y no gubernamentales que conforman los ecosistemas mediáticos, sino la garantía de la efectiva defensa de los derechos ciudadanos vinculados al acceso a la información, la promoción de formas culturales autóctonas, lenguajes creativos experimentales, narrativas y memorias populares y una pluralidad de contenidos asociados a la formación ciudadana y la educación, que tienen máxima relevancia para la realidad democrática.

La Organización de las Naciones Unidas ha desarrollado en los últimos años diversos instrumentos para promover y asistir la evaluación del desarrollo comunicacional de los países, con vistas al fortalecimiento democrático, en el marco de su Programa Internacional para el desarrollo de la Comunicación (PIDC). En este sentido, el documento "Indicadores de calidad de las emisoras públicas -Evaluación contemporánea, de Eugênio Bucci; Marco Chiaretti y Ana Maria Fiorini, publicado en el año 2012 (Serie Debates CI Núm. 10), ofrece un sistema de indicadores que constituye un protocolo de seguimiento objetivo, susceptible de ser implementado en distintas experiencias mediáticas, a fin de obtener información útil y valiosa con respecto a sus estándares de calidad.

La realidad mediática argentina exhibe en los últimos años un proceso de transformación cuyo hito principal ha sido la sanción de la Ley 26.522, de Servicios de Comunicación Audiovisual, expresión en política pública de un movimiento ciudadano de democratización de la comunicación y defensa de los derechos humanos vinculados con ella,

que ha reemplazado al decreto - ley de Radiodifusión 22.285 sancionado en 1980 por el gobierno dictatorial 1976-1983. Como todo proceso concreto, éste atraviesa diversos desafíos ligados a los distintos obstáculos que pueden surgir con respecto a su implementación, los desafíos relativos a la institucionalización de las normas y un movimiento complejo de consolidación de nuevas prácticas mediáticas y culturales.

La TV Pública Argentina, canal 7, constituye una punta de lanza de todo un sistema de medios públicos (TV Pública, LRA Radio Nacional y RAE, agencia de noticias TELAM y una serie de señales que lo complementan, principalmente, canal Encuentro, canal infantil Paka-paka, INCAA TV) actualmente operante en el país y como tal, debe trabajar en el constante apuntalamiento técnico, artístico y de procesos institucionales que permitan desarrollar una programación de calidad, enmarcada en un proceso de creciente democratización de la comunicación y enriquecimiento cultural y educativo. Su calidad de emisora pública la coloca además ante el desafío de constituir un factor de equilibrio en el sistema general de medios argentino.

En este marco, a mediados de 2014, las autoridades de TV Pública Argentina, en la figura de su Director, Lic. Martín Bonavetti; de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, en la figura de su Decano, Prof. Glenn Postolski y del Director de la Carrera de Cs. de la Comunicación, Prof. Diego de Charras y la Organización de las Naciones Unidas en la figura del Consejero de Comunicación e Información para el MERCOSUR, Sr. Guilherme Canelas de Souza Godoi, manifestaron su voluntad de establecer un compromiso de colaboración mutua, consistente en implementar un estudio de evaluación global de la programación, procesos técnicos, administrativos, toma de decisiones y demás aspectos que confluyen en la calidad de la comunicación pública.

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires ha tomado a su cargo la realización de este estudio, siguiendo los protocolos ofrecidos por la UNESCO, con el compromiso asumido por las autoridades del canal, de tomar en consideración la información que sus resultados ofrezcan y hacer de esta tarea conjunta un instrumento para el fortalecimiento y desarrollo de la comunicación democrática.

De esta manera, se ha llevado a cabo un análisis conceptual y metodológico consistente en la elaboración de un sistema de indicadores que permita evaluar la calidad del canal televisivo conforme a algunos de los principales criterios internacionales establecidos por la UNESCO con el fin de ofrecer información objetiva para la toma de decisiones con respecto a las políticas institucionales y el control ciudadano. El resultado de ese proceso de trabajo es plasmado en la presente Guía de Indicadores para la evaluación de la calidad de la TV Pública Argentina.

Partiendo de lo establecido en los diversos documentos elaborados por UNESCO y a partir de un análisis de los aspectos específicos del sistema de medios argentino y de la producción teórica relativa a la materia, en el ámbito local e internacional, se ha formulado un

sistema de indicadores que retoma las 9 dimensiones propuestas por Eugênio Bucci; Marco Chiaretti y Ana Maria Fiorini (2012). A éstas se han incorporado dos nuevas, las relativas a la Cultura organizacional y políticas de Recursos Humanos y a la Protección del patrimonio audiovisual. Se ha tomado en consideración la sugerencia de Waisbord y Becerra, quienes plantean que es necesario “el desarrollo de indicadores apropiado a los medios públicos que permitan producir información y evidencia para demostrar las contribuciones y el “valor agregado”. Al respecto, los indicadores construidos ya por la UNESCO constituyen un punto de partida fundamental. (p.17)” Y se ha trabajado en la especificación empírica de esos lineamientos tomando en consideración tanto las experiencias de investigación consolidadas en el campo como los aportes teóricos desarrollados a nivel regional y nacional, en la medida en que dan cuenta de una concepción tanto de los medios como del espacio público, históricamente configurada y atenta a las circunstancias específicas de índole económica, política y cultural de estas latitudes.

En términos empíricos, una instancia exploratoria fue desarrollada a partir de la colaboración de la emisora, y su política de puertas abiertas a la investigación, que permitió el relevo de sus condiciones históricas y presentes. En esta etapa se llevaron adelante entrevistas exploratorias con cada una de las áreas. Mediante el conocimiento de las lógicas y entramados de un canal que va a cumplir 65 años de existencia y que atravesó diversos estadios políticos, sociales y culturales, se llevó adelante una investigación exhaustiva a través de la aplicación de indicadores de medición claros y contrastables.

Para cada uno de los indicadores se elaboró un esquema de definición que atiende los siguientes niveles:

- 1) Formulación: Partiendo de las preguntas orientadoras provistas por el documento citado se elaboró una definición ajustada al caso de análisis.
- 2) Fundamentación: Se establecieron los fundamentos teóricos e históricos de relevancia del indicador
- 3) Definición conceptual: Se circunscribieron las declinaciones semánticas y alcance conceptual comprendido por las principales categorías contempladas
- 4) Parámetros de observación o relevamiento: Se han derivado los principales aspectos de observabilidad que darán cuenta de los aspectos del objeto que el indicador apunta a cubrir
- 5) Valoración: Se establecieron los umbrales de cinco valores que van desde “Muy alto” a “Muy bajo”.
- 6) Técnicas de relevamiento: Se aplicaron cinco técnicas de relevamiento: 1) la visualización de la pantalla (análisis de contenido audiovisual), 2) la entrevista complementada con observación y análisis documental, 3) el análisis documental de grillas de programación, 4) el análisis del contenido web y redes sociales de la emisora, 5) el análisis de documentación.

De esta forma, se llegó a una red de 65 indicadores distribuidos en 11 dimensiones o ejes, algunas de las cuales cuentan con sub-dimensiones o sub-ejes, que relevan 233 variables directamente observables.

Las dimensiones son las siguientes:

1. Transparencia y participación ciudadana

1.A. Concepto de emisora pública

1.B. Transparencia en la administración de los recursos económicos

2. Diversidad cultural

3. Cobertura geográfica y plataformas

4. Concepción pública y democrática de la actividad periodística

5. Independencia

5.A. Premisas formales de la independencia

5.B. Aspectos institucionales de la independencia

6. Fuentes de financiamiento

7. Seguimiento de audiencias

8. Experimentación e innovación de lenguajes

9. Estándares técnicos

10. Cultura organizacional y políticas de recursos humanos

11. Protección del patrimonio audiovisual

Los ejes propuestos constituyen dimensiones y subdimensiones mensurables y empíricamente contrastables de la calidad televisiva. Cada una de estas ha sido operacionalizada con diversos indicadores elaborados a partir de las pautas ofrecidas por el citado documento y tomando en consideración las particularidades del caso argentino en materia de legislación vigente, criterios de institucionalidad, prácticas democráticas, etc. Asimismo, en la selección de indicadores se ha evaluado la coherencia metodológica y la factibilidad del estudio.

Los 65 indicadores, a través de sus 233 observables, permitieron producir un relevamiento que ofrece evidencia empírica significativa para contar con un panorama general de la situación actual de la emisora en función de los objetivos internacionalmente reconocidos para los medios públicos, atendiendo a la misión específica de este canal en el ecosistema mediático argentino.

PARTE I

INTRODUCCIÓN

Capítulo 1

Cuestiones metodológicas

1.1. Diseño de investigación

Como se relató en la presentación, con el fin de evaluar la calidad de la emisora pública de Argentina conforme a los principales criterios internacionales establecidos por la UNESCO se elaboró un diseño de investigación que permitiera el relevamiento de las 11 dimensiones de análisis establecidas en el año 2014. En cuanto al alcance de los resultados, debe mencionarse que se trata de un diseño con objetivo descriptivo y evaluativo, que temporalmente se encuadra como seccional o transversal. Esto implica que el relevamiento da cuenta de la calidad de la emisora TV Pública en Argentina realizando la observación en el año 2015, aunque con recolección de datos documentales desde el año 2012 en adelante cuando el indicador a observar ameritaba un abordaje longitudinal. En estos casos se eligió este año por ser el de aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que constituye una inflexión significativa en la reconfiguración de normas generales de comportamiento en el campo y sobre cuyo nivel de implementación e institucionalización este estudio procura aportar algunos datos.

El diseño elaborado implicó una estrategia de triangulación de dos tipos dentro de la clasificación establecida por Denzin (1975): la triangulación de métodos y la triangulación de datos. Cabe destacar que estos dos tipos de triangulación constituyen una de las fortalezas metodológicas del estudio en lo relativo a su validez.

En cuanto a la triangulación de métodos, la misma implicó aplicar un enfoque mixto (Hernández Sampieri, 2010) que combina las ventajas del abordaje cuantitativo con aquellas del cualitativo. Así, las falencias que pudieran atribuirse a cualquiera de los métodos quedan contrarrestadas por la potencialidad del otro, dando lugar a la validación cruzada (que a su vez se complementa con la validez consecuente de la triangulación de datos).

Por su parte, la triangulación de datos se llevó a cabo mediante el uso de fuentes de información diversas aun observando el mismo objeto de conocimiento (por ejemplo, utilizando información cruzada de la emisora y de entes de control u otras instituciones, así como datos provenientes de documentación y observación). Esta triangulación permite contrastar la información recabada a través de la variedad de informantes, técnicas y datos, dando mayor fiabilidad a los resultados obtenidos en la medición.

Como se mencionó anteriormente, la validez de la investigación se sostiene en la triangulación implicada en su diseño, así como en la vigilancia epistemológica aplicada en las distintas instancias del proceso de relevamiento y contemplando que la legitimidad epistémica y metodológica es ante todo un proceso reflexivo constante que abarca cada componente de la investigación (Maxwell, 1996). Junto con esto, se destaca la búsqueda en el relevamiento de la validez interna, externa y de constructo (Cea D`Ancona, 1998).

En el caso de la validez interna se realizó el control a priori mediante la selección aleatoria de las muestras que implicaban generalización posterior (como el análisis cuantitativo de contenidos de la pantalla), así como la triangulación de datos y técnicas ya mencionada (por ejemplo al utilizar tanto las grillas de programación como el análisis de contenido de la pantalla para dar cuenta de un mismo aspecto, o el análisis de datos de entrevistas contrapuestos luego con datos documentales, etc.). En cuanto a la validez externa, la misma se sostiene en cuanto a lo ya mencionado en torno al recorte espacio temporal del relevamiento, considerando a su vez que las observaciones, entrevistas y análisis de contenido web y de pantalla se realizaron en el contexto real de funcionamiento de la emisora pública. Esto sobre todo se refiere al carácter “natural” que se le asigna sobre todo al enfoque cualitativo, considerando que

A lo que ese vocablo alude es a la circunstancia de que la investigadora y el investigador cualitativos se aproximan a situaciones, a acciones, a procesos, a acontecimientos reales, concretos, a interacciones espontáneas que, o bien son preexistentes, o bien, en parte tuvieron lugar, o bien se desarrollan durante su presencia en el campo y pueden continuar en su ausencia. (Vasilachis, 2006:28)

Finalmente, la validez de constructo se sustenta en el trabajo de operacionalización de las dimensiones llevado a cabo durante el año 2014 en el Proyecto PNUD correspondiente, respaldado además por referato de expertos¹ y mejorado durante el año 2015 a partir de esta

¹ El sistema de indicadores plasmados en la *Guía de Indicadores para la evaluación de la calidad de la TV Pública Argentina* fue analizado por un equipo de expertos internacionales, integrantes de la Comisión Evaluadora Ad Hoc de la *Guía de indicadores de calidad de emisoras públicas para la evaluación del desempeño de la Televisión Pública Argentina*: Dra. Mónica Petracci, Dr. Manuel Chaparro, Dr. Gabriel Kaplún y Dra. Isabel Ramos y Dr. Omar Rincón. La comisión recibió el material de trabajo enviado por el equipo de investigadores responsables de la elaboración de la guía y analizó sus alcances y obstáculos a fin de ofrecer una serie de recomendaciones que permitieran realizar ajustes y rectificaciones de índole conceptual y metodológica, en base a las experiencias realizadas en diversos países de la región y de Europa. El día 5 de diciembre de 2014 tuvo lugar en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires una jornada de encuentro de los miembros de la Comisión con el equipo de trabajo. La reunión contó además con la participación (por videoconferencia) del Dr. Guilherme Canelas como veedor por UNESCO, y de las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, en la figura del Lic. Diego de Charras, Director de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, UBA y de la TV Pública, en la figura del Lic. Víctor Taricco Subgerente de Noticias de la TV Pública. Asimismo presenciaron la reunión los profesores Dr. Washington Uranga (Universidad de Buenos Aires), y Dra. Ana Marta Martínez y el Dr. José Enrique Fernández (Universidad de la Republica, Uruguay). Como resultado de la reunión se confeccionó una *Relatoría* consistente en una serie de recomendaciones y sugerencias, que fue avalada por los miembros de la Comisión y a partir de la cual se incorporaron diversos cambios en la Guía mencionada

evaluación académica. Esta validez de constructo refiere directamente al proceso de medición que implica la evaluación de la calidad de una emisora pública. Esta medición conlleva la operacionalización de aquellos conceptos teóricos o abstractos que se engloban dentro de la concepción de calidad de la televisión pública, conceptos desarrollados por el documento de UNESCO elaborado por Bucci, Chiaretti y Fiorini en el año 2012 y retomados para el presente relevamiento. Este proceso de operacionalización, base de toda medición, se realizó a partir de las consideraciones establecidas por Cea D'Ancona (1998:123):

- a) Entre los indicadores y el concepto a medir ha de haber una plena correspondencia. Los indicadores han de seleccionarse y combinarse de manera que logren representar la propiedad latente que el concepto representa (su existencia e intensidad), en condiciones de validez y fiabilidad.*
- b) Los indicadores pueden materializarse en formas diversas (preguntas en un cuestionario o en una entrevista abierta, en el registro de una conducta observada, en datos estadísticos contabilizados en un censo, por ejemplo). Depende de cuál sea la técnica de obtención de información que el investigador haya seleccionado en el diseño de la investigación.*
- c) En la operacionalización, como en todo proceso analítico, se asumen unos márgenes de incertidumbre. La relación entre los indicadores y la variable latente (el concepto), que tratan de medir, siempre será supuesta, nunca plenamente "cierta"; se consideran aproximaciones en términos de "probabilidad".*

Tomando en cuenta estas consideraciones, se abordaron y plasmaron en cada capítulo de este informe las definiciones teóricas para las 11 dimensiones establecidas tal como se indicó en la presentación: 1) transparencia y participación ciudadana (incluyendo las subdimensiones de concepto de emisora pública, de transparencia en la administración de recursos económicos y de participación ciudadana), 2) diversidad cultural, 3) cobertura geográfica y plataformas, 4) concepción pública y democrática de la actividad periodística, 5) independencia (incluyendo las subdimensiones de premisas formales de la independencia y de aspectos institucionales de independencia), 6) fuentes de financiamiento, 7) seguimiento de audiencias, 8) experimentación e innovación del lenguaje, 9) estándares técnicos, 10) cultura organizacional y políticas de Recursos Humanos y 11) protección del patrimonio audiovisual. Para estas dimensiones se establecieron 65 indicadores medidos empíricamente a partir de 233 variables observables, de acuerdo al procedimiento de representación teórica, especificación de dimensiones y establecimiento de indicadores desarrollado por Lazarsfeld (1973).

En cuanto a las técnicas empleadas para la recolección de datos, las mismas incluyeron:

1. Análisis de contenido cuali y cuantitativo de la programación, llevado a cabo mediante la visualización y registro de los contenidos de la emisora
2. Análisis de contenido de la página web de la TV Pública
3. Análisis de contenido de redes sociales utilizadas por la emisora
4. Análisis cuanti y cualitativo de grillas de programación de la TV Pública
5. Entrevistas con diversos actores (personal de distintos niveles de la emisora, representantes sindicales y entrevistas a expertos)
6. Análisis documental a partir de fuentes primarias de datos (relevamiento propio en base a documentación de la emisora y legislación vigente)
7. Análisis documental a partir de fuentes secundarias de datos (relevamiento a partir de datos facilitados por la Defensoría del Público, AFSCA e IGJ)
8. Observación directa en emisora de distintas variables.

La aplicación de estas técnicas refiere a la ya mencionada triangulación de métodos y de datos, y garantiza validez en la medición recordando que *“siempre y cuando el tiempo y los recursos lo permitan, es conveniente tener varias fuentes de información y métodos para recolectar los datos.”* (Hernández Sampieri, 2010: 439). Ahora bien, esto implicó trabajar con distintos niveles de unidades de análisis aun cuando todo el relevamiento versa en última instancia sobre la TV Pública en Argentina.

En lo relativo a las unidades de observación, para el análisis de contenido de la programación se seleccionaron considerando el criterio de semana construida (McCombs, 2006) que permite seleccionar contenidos mediáticos evitando los sesgos temáticos provenientes de la agenda setting de los medios de comunicación. Tal como lo indica García Ferrando, la selección procuró que *“el tipo de objetos incluidos en la muestra sean lo suficientemente representativos de la población total como para permitir hacer generalizaciones seguras acerca de la población.”* (1998: 132). De esta manera, se visualizaron 120 hs. reloj de programación equivalente a una semana completa de emisión puesto que se evitó relevar la repetición de programas que se retransmiten en el horario trasnoche y madrugada (hacerlo hubiera implicado introducir un sesgo de duplicidad). A partir de esto se realizó un registro cuanti y cualitativo de los contenidos, abarcando programas de las siguientes fechas: 18, 23 y 26 de Junio, 8, 11, 13, 24, 27 y 30 de Julio del año 2015. Los programas incluidos en el relevamiento, que se transmitían al momento de la evaluación de la calidad de la TV Pública, fueron:

Tabla 1. Cantidad de programas visualizados

Programa	Cantidad de programas
Cocineros argentinos	7
Vivo en Argentina	6
Red de salud	6
Pakapaka (contenidos varios)	15
Amar en tiempos revueltos	6
Encuentro	4
Una tarde cualquiera	5
6,7,8	5
Línea de tiempo	3
Filmoteca	3
Juegos mentales	4
Nadia 6.30	6
Fútbol para Todos	5
Ver la Historia	1
El mal menor	1
Visión 7 – Mañana	6
Visión 7 – Mediodía	6
Visión 7 – Central	5
Visión 7 – Resumen	6
Pampero TV	6
Visión 7 – Sábado	1
Economía sin corbata	1
Flash Informativo	17
Otros – Especiales	8
Total	133

Además se analizó el contenido de la página web de la emisora así como su presencia en plataformas online como Facebook, Twitter y Youtube. También se relevó el contenido de las grillas de programación correspondientes a 19 semanas distribuidas en los meses de Enero, Febrero, Marzo, Abril y Mayo del año 2015. A su vez se realizaron entrevistas con actores (stakeholders) de la emisora contemplando distintos niveles y funciones de desempeño, y abarcando la totalidad de las áreas de la misma. Esto se complementó con el análisis documental de datos primarios y secundarios, así como la observación directa, considerando que esta técnica permite *“algún tipo de contacto empírico con los objetos/sujetos/situaciones de interés a los fines de su descripción, explicación, comprensión.”* (Marradi, Archenti y Piovani, 2007: 191)

La realización de entrevistas y su triangulación con otros datos fue sustancial considerando que en la *“Guía para investigadores en la aplicación e indicadores de desarrollo mediático”* desarrollada para UNESCO por Toby Mendel, se establece que debe entrevistarse a la mayor cantidad de actores (stakeholders), desarrollando así diferentes preguntas para los

distintos grupos de interés, recogiendo en consecuencia más información tanto para las áreas fuertes como las débiles de la recopilación de datos.

Para el establecimiento de los resultados se utilizó un modelo de puntuación realizando ponderaciones de las variables observables para cada indicador. A los fines de establecer la ponderación que permitiera luego ratear los resultados en una escala ordinal de 5 puntuaciones (Muy alto, Alto, Medio, Bajo y Muy bajo) se recurrió a un método de análisis multicriterio que resulta adecuado para realizar evaluaciones complejas con múltiples variables cuanti y cualitativas. Actualmente el análisis multicriterio se utiliza para problemáticas variadas incluyendo procesos de toma de decisiones y evaluación de proyectos en ciencia y tecnología (Lemarchand, 2010). El análisis multicriterio implica que luego del establecimiento de las dimensiones e indicadores, se traducen estos a variables observables (también llamadas “verificadores” por algunos autores). Estas variables observables luego son ponderadas para lograr el mencionado rateo (ranking) en escala ordinal.

Para esta ponderación se apeló al carácter inter y multidisciplinario y a la variación de enfoques: documentos y estándares nacionales, documentos y estándares internacionales, estudios previos y entrevistas o consultas a expertos de distintas áreas y a instituciones especializadas. A partir de estos criterios diversos se pudo construir la valoración para la escala ordinal ponderando las variables observables para cada indicador:

“Una vez especificados los conjuntos de información que son adecuados en cada situación, los cálculos asociados al tratamiento de la información se realizan fácilmente, pues consisten en tomar sucesivamente el máximo de las sumas ponderadas de las valoraciones de las alternativas” (Contreras Rubio, Hinojosa Ramos & Mármol Conde, 2004: 115).

Cabe mencionar que en esta ponderación, y a partir de los criterios múltiples consultados, se consideraron tres aspectos centrales: 1) la importancia de cada variable respecto del indicador, 2) la comparación entre datos obtenidos por distintas técnicas o unidades de observación, 3) la disponibilidad de un conjunto suficiente de variables empíricas que permitieran dar cuenta lo más adecuadamente posible del indicador.

1.2. Sobre el proceso de investigación

En toda investigación científico-académica el objeto de estudio es tanto un punto de partida como un producto (Samaja, 2004), lo que implica comenzar desde una propuesta de indagación tal como la calidad de la emisora de TV Pública Argentina para finalizar en los resultados o medición de esta calidad. Esto conlleva un proceso de investigación en el que a

partir de ciertas condiciones de realización (recursos, tiempos y contextos) se desarrolla un curso de acción en el que se aplica el método científico cristalizado en el diseño de investigación propuesto.

En el relevamiento del que da cuenta este informe relativo al período 2015, el curso de acción o proceso de indagación consistió en las siguientes etapas:

Etapa 1: Proyecto y diseño de investigación

- Elaboración del proyecto: redacción del proyecto.
- Diseño metodológico: operacionalización de las dimensiones en indicadores y variables empíricamente observables, considerando los procesos de conceptualización y medición.
- Relevamiento exploratorio de documentación y entrevistas iniciales para el ajuste del diseño metodológico y establecimiento de variables y valores.
- Elaboración de primera versión de instrumentos de relevamiento (diseño de grillas de visualización, fichas de programas, entrevistas dirigidas, grillas de análisis de documentos, grillas de observación de procesos) así como de libros de códigos.

Etapa 2: Selección de muestras y testeo de instrumentos de recolección de datos

- Establecimiento de muestras de registro audiovisual y de grillas de programación
- Recolección y constitución del corpus documental: actas de directorio, legislación, reglamentos y protocolos internos, grillas de programación, folletería y material de difusión, capturas de página web y redes sociales.
- Identificación de informantes clave: cartera de informantes y producción de entrevistas abiertas: pautas, agenda, etc.
- Testeo de instrumentos de relevamiento: capacitación y prueba de instrumentos de recolección de datos de las distintas técnicas a aplicar. Evaluación del testeo y ajuste de instrumentos posterior.

Etapa 3: Recolección de datos

- Entrevistas tipo I: entrevistas exploratorias de ampliación de información y pauta de entrevistas dirigidas.
- Entrevistas tipo II: entrevistas de relevamiento, estructuradas sobre grillas.
- Organización del corpus documental:
 - I (normativa externa y actas): clasificación y relevamiento
 - II (normativa interna): clasificación y relevamiento
 - II (protocolos y documentación informal): clasificación y relevamiento
 - III (material de difusión): clasificación y relevamiento
 - IV (web): clasificación y relevamiento
 - V (redes sociales): clasificación y relevamiento
- Control de relevamiento documental con muestra aleatoria
- Análisis de grillas de programación, contenido online y visualización de pantalla.

Etapa 4: Análisis e interpretación de los datos

- Elaboración de bases de datos en programa IBM SPSS Statistics 19.
- Control de triangulación de datos documentales, de entrevista y observacionales.
- Tabulación y procesamiento de datos.
- Análisis de resultados y elaboración de gráficos
- Conclusiones y elaboración de informe final.

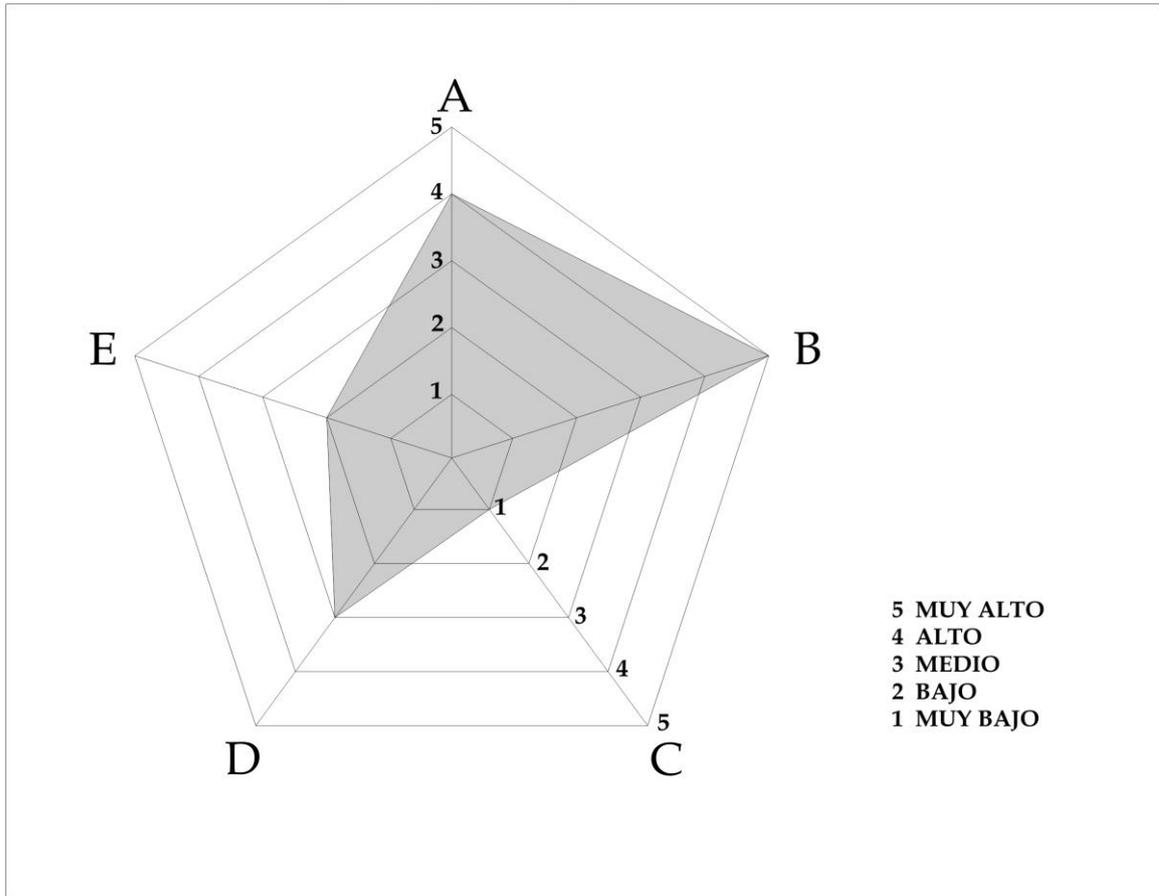
1.3. Lectura de gráficos y resultados

A los fines de presentar los resultados se deben realizar gráficos que cristalicen la medición de las distintas dimensiones que dan cuenta de la calidad de la TV Pública en Argentina: *“La mayoría de los investigadores sociales resumen montones de pruebas empíricas en las representaciones que construyen.”* (Ragin, 2007: 63). Con este fin, y en base a la *“Guía de Indicadores de calidad de las emisoras públicas: evaluación contemporánea”*, Documento de UNESCO del año 2012, se estableció que:

“Al final de este proceso, para cada conjunto de indicadores se construye una figura regular inscrita dentro de un círculo. La diferencia entre el área del círculo y el área de la figura geométrica que se inscribió en su interior indicaría la relación entre el conjunto de valores estudiados y el valor máximo. Cuanto menor sea la diferencia, más próximos al ideal estarán los indicadores evaluados.” (Bucci, Chiaretti y Fiorini, 2012: 26)

El resultado es, para cada dimensión y de forma general, un gráfico geométrico que ilustra en cada diagonal uno de los indicadores de calidad. En consecuencia, según la cantidad de indicadores el gráfico podrá tener distinta figura general (por ejemplo, una dimensión de tres indicadores tendrá una figura triangular, una dimensión de cinco indicadores tendrá una figura pentagonal, etc.). A su vez los indicadores están medidos en escala ordinal con las categorías: 1) Muy bajo, 2) Bajo, 3) Medio, 4) Alto, 5) Muy alto. El resultado es un gráfico como el de la imagen 1:

Imagen 1: Ejemplo de gráfico de resultados



Como puede observarse, esta imagen a modo de ejemplo refiere a 5 indicadores (A, B, C, D, E). Cada indicador posee un nivel:

- Indicador A: Nivel Alto (4)
- Indicador B: Nivel Muy Alto (5)
- Indicador C: Nivel Muy Bajo (1)
- Indicador D: Nivel Medio (3)
- Indicador E: Nivel Bajo (2)

En caso de que la dimensión tuviera todos los indicadores en su máxima categoría (5-Muy alto), estaría cubierta la totalidad del área geométrica. Así, a mayor área cubierta mayor calidad en la dimensión observada. A continuación se ejemplifican tres opciones hipotéticas de calidad variable a modo de guía para la lectura de los gráficos:

Imagen 2: Ejemplo de gráfico de dimensión con calidad óptima (nivel máximo en todos los indicadores de la dimensión)

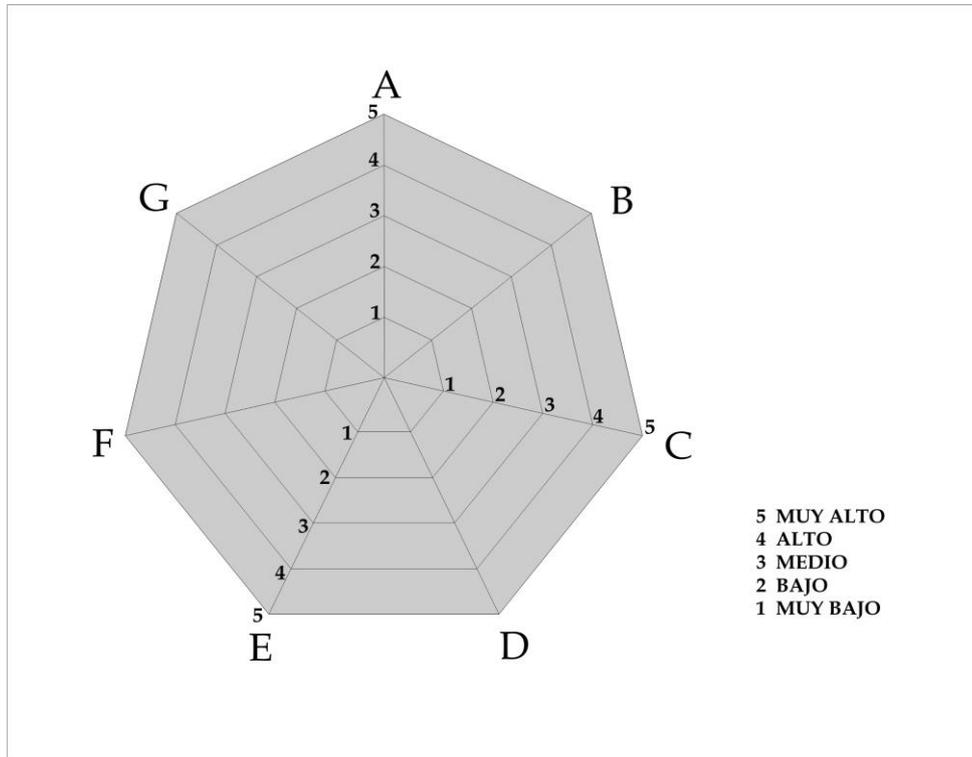


Imagen 3: Ejemplo de gráfico de dimensión con calidad insuficiente (nivel mínimo en todos los indicadores de la dimensión)

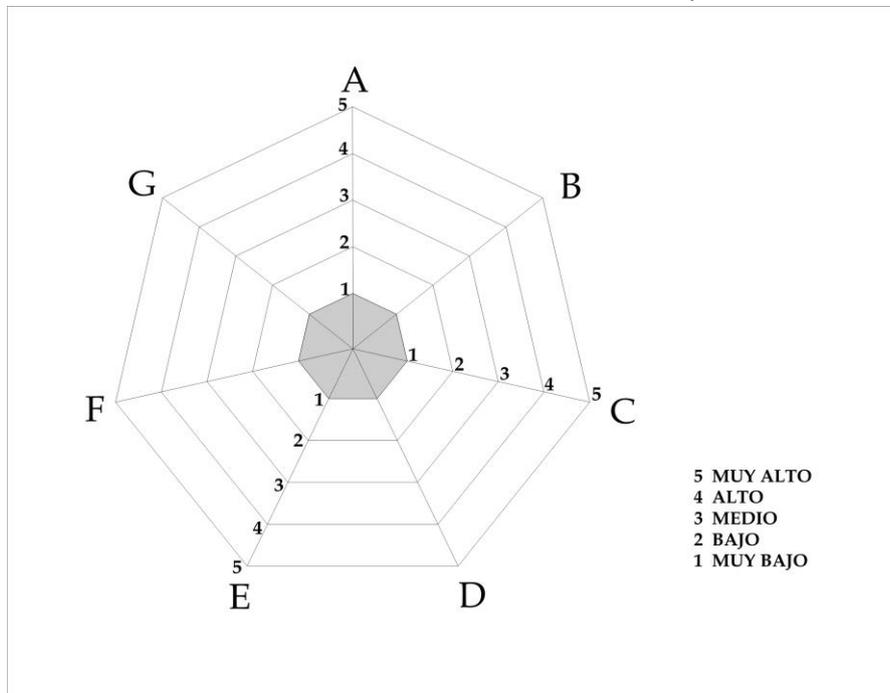
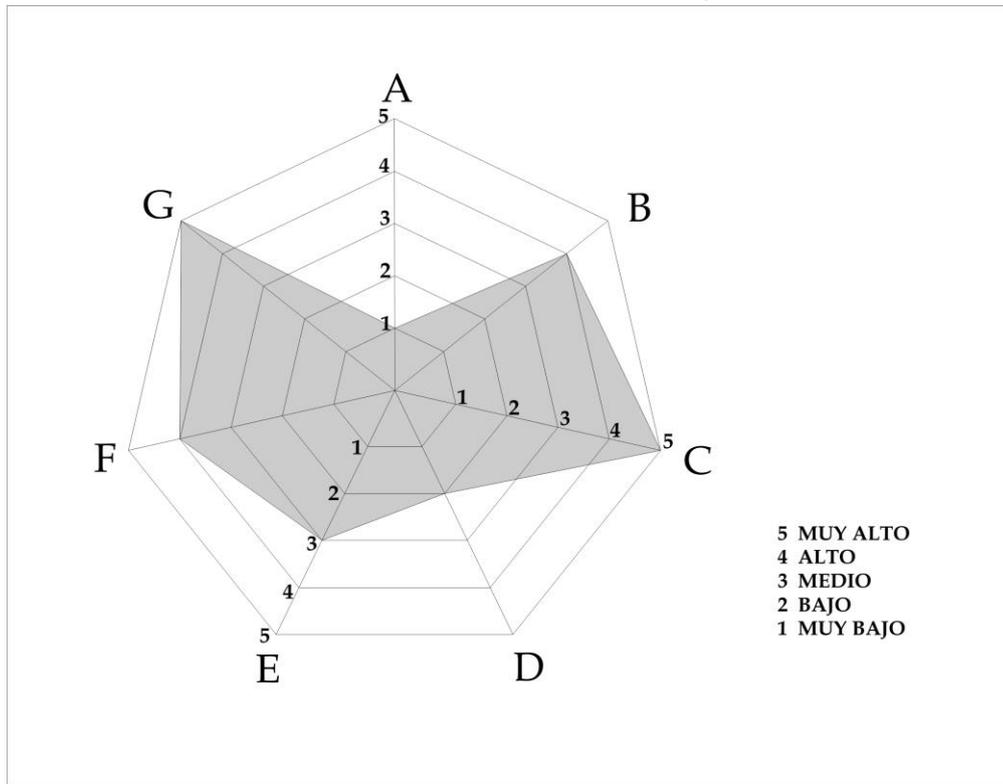


Imagen 4: Ejemplo de gráfico de dimensión con calidad variable (niveles diversos en los indicadores de la dimensión)



Capítulo 2

La emisora pública en Argentina

2.1. Introducción

A partir de la iniciativa de UNESCO de promover y aumentar los estándares de calidad de los medios públicos en América Latina, la Argentina es el primer país en sumarse a la generación de indicadores adaptados a su realidad local para medir el desempeño de su canal público de televisión. Esta iniciativa busca brindar herramientas objetivas para realizar relevamientos continuos que redunden en cambios y mejoras paulatinas para las emisoras públicas de la región. El objetivo es, a partir de esta experiencia pionera, continuar con la implementación de investigaciones similares para generar indicadores de calidad, con las modificaciones necesarias para atender a las diferencias de cada país, y colaborar al mismo tiempo con un avance e impulso conjunto a nivel regional.

En este contexto se enmarca la *Guía de indicadores de calidad para la principal emisora pública televisiva de aire de la República Argentina*, basada en los estándares de calidad establecidos por UNESCO para este tipo de medios en la región. Retomando el objetivo propuesto por Bucci, Chiaretti y Fiorini al elaborar los “Indicadores de calidad de las emisoras públicas – Evaluación contemporánea” de UNESCO (2012) de *“brindar apoyo a las políticas de transparencia de criterio en la gestión de las emisoras públicas, su objetivo es proveer lógicas posibles para la adopción de una gestión basada en indicadores.”* (p.12)

Sobre esta base se elaboraron elementos objetivos y contrastables para la evaluación de la calidad mediática en los diversos aspectos institucionales y de producción, incorporando y adaptando el modelo propuesto por UNESCO al caso argentino y sus particularidades.

El contexto reciente de la República Argentina y también el de otros países de la región pone de manifiesto el desarrollo de una política de medios de comunicación activa, en la que los Estados intervienen y procuran modificar el sistema de medios y sus características históricas, con alcances y propuestas diversas. En el caso argentino, el hito más significativo fue la sanción de la Ley 26.522, de Servicios de Comunicación Audiovisual, promulgada el 10 de octubre de 2009 en reemplazo del decreto - Ley de Radiodifusión 22.285 sancionado en 1980 por la dictadura cívico - militar que encabezaba el mal llamado Proceso de Reorganización Nacional. Los aspectos legislativos constituyen, no obstante, una de las dimensiones en el marco de un proceso más amplio de debate público y de participación social que ha sido desarrollado en torno de la democratización de la comunicación. En el marco de este proceso, un capítulo sumamente relevante lo constituyen los medios públicos

en su rol de promotores de la diversidad cultural, el pluralismo informativo, la experimentación estética y la promoción de identidades nacionales, regionales y locales, alternativas a las lógicas comerciales que atraviesa el sistema mediático global.

Si con la implementación de la nueva legislación se ha producido un impulso al desarrollo de investigaciones y relevamientos de diversa índole destinados a evaluar la calidad del sistema mediático argentino, en la actualidad no se dispone de estudios sistemáticos completos con respecto a la performance de los medios públicos, que registren los avances que en esa materia se han experimentado y los aspectos en los que aún es necesario mejorar.

Por esta razón, la presente propuesta de generar una *Guía de indicadores de calidad para la principal emisora pública televisiva de aire de la República Argentina* surge como una necesidad y oportunidad para profundizar y continuar los cambios legislativos impulsados en el país en materia de medios públicos. Si estamos frente a un cambio de paradigma mediático en la región, basado en una mayor participación social que pugna por una democratización de las comunicaciones, los medios públicos son un escenario único y privilegiado para avanzar en ese sentido.

Tanto la implementación de la ley como la puesta en marcha de las buenas prácticas planteadas por ella, que se especificarán con mayor detalle en las próximas páginas, precisan tener continuidad y también desarrollo en el tiempo. Desde esta perspectiva es fundamental contar con indicadores para medir este proceso de cambio institucional de forma periódica, no sólo para dar cuenta acerca del grado de cumplimiento de la ley sino también para identificar los posibles puntos de mejora.

Por otra parte, como se mencionó anteriormente, no sólo aún se carece de un estudio sistemático para evaluar el desempeño de los medios públicos sino que tampoco se cuenta con un instrumento de medición que haya sido desarrollado en base a estándares internacionales e incorporando a su vez las particularidades locales. Para ello, en este trabajo se presenta una breve reseña de observatorios e investigaciones sobre el rol de los medios de comunicación en el país, planteando sus principales características y los aportes realizados, como así también las cuestiones que no habían sido planteadas y que esta investigación retoma. Al mismo tiempo, se realiza un recorrido histórico sucinto sobre la historia de la principal emisora televisiva pública de la Argentina, sus momentos críticos y los principales cambios atravesados para comprender su momento actual. Este contexto es complementado por una descripción de los principios planteados por la normativa actual para los medios públicos. Este diagnóstico permite definir los indicadores propuestos para medir el desempeño de la principal emisora televisiva pública.

Por último, esta investigación contó con el compromiso público asumido y cumplido por las autoridades de la emisora ante UNESCO, lo que constituye una plataforma considerable para garantizar la receptividad por parte de los actores involucrados en el

desarrollo de la TV Pública argentina con respecto a los resultados del presente proyecto. El diseño de esta investigación estaría incompleto sin su puesta en práctica, ya que con ella se completaría el verdadero valor de esta iniciativa. El desarrollo de indicadores objetivos y contrastables para medir el desempeño de los medios públicos, tanto en su aspecto institucional como en cuanto a su producción simbólica, no cumple su finalidad última a menos que permita diagnosticar la situación de los medios públicos en un tiempo y espacio determinado, brindar elementos para su mejora y difundir información al respecto.

Esta iniciativa no sólo busca lograr estos beneficios en la Argentina sino que plantea replicar y extender esta experiencia y estas prácticas a los demás países de la región, con su correspondiente adaptación a las realidades y necesidades locales.

2.2. Principales características de los medios públicos en América Latina

El surgimiento y desarrollo de la radio en la década de 1920 y luego de la televisión dos décadas después respondió a dos modelos predominantes a nivel mundial en sus orígenes (el servicio público europeo y el sistema comercial norteamericano desarrollado en redes y financiado por la venta de espacios de publicidad). Sin embargo, en América Latina no se adoptó ninguno de estos modelos de forma “pura”. Si bien cada país presenta sus particularidades

los inicios de la radiodifusión en casi todos los países de la región (con la excepción de Colombia y Chile) predominó un sistema netamente privado de carácter comercial. Paralelamente, se desarrollaron sistema de medios estatales que fueron puestos bajo la órbita de los gobiernos, quienes los usaron mayoritariamente para difundir sus políticas y discursos. Este uso de los medios estatales no contribuyó a fomentar el prestigio de los servicios públicos de radiodifusión en la ciudadanía latinoamericana (Mastrini, 2013: 61).

Un aspecto para nada menor de estos procesos fueron los numerosos gobiernos dictatoriales y los golpes militares que se extendieron por largos períodos de tiempo durante el siglo XX en la región. Sin dudas este fenómeno también imprimió una forma de gestión discrecional de los medios de comunicación estatales.

Por lo tanto, ciertas características de los servicios públicos de radiodifusión planteadas por académicos de otras latitudes llegaron a América Latina como un “deber ser” difícil de alcanzar y con una distancia de la realidad local equivalente a recorrer a pie los kilómetros que separan a esta región de Europa o los Estados Unidos. Por ejemplo, en relación a la forma de regulación que debe adquirir la radiodifusión, Tremblay (1988) plantea la necesidad de que exista un organismo autónomo, avalado por los tres poderes del estado,

y que sea independiente del poder ejecutivo. Este principio es difícil de aplicar, por ejemplo, con una perspectiva histórica de la radiodifusión argentina, que cuenta con un total de 4 normas de radiodifusión, 2 de las cuales fueron en realidad “decreto-ley”, ya que se sancionaron durante gobiernos de facto.

En relación a otras características del servicio público de radiodifusión, Blumer (1993) plantea que: *“A diferencia de la televisión privada, predominantemente ligada al mercado, la televisión pública está enraizada en el sistema social, del cual extrae su existencia. En título y gobierno es una institución pública, y sus fuentes primarias de financiación son públicas”*. (p.270) Durante la década de 1990, la principal emisora pública de televisión de la Argentina intentó ser privatizada, fue constituida como Sociedad Anónima y la administración poco transparente y basada en la venta de publicidad (incluso la autorización de menciones de marcas durante los programas – publicidad no tradicional) fueron algunos de los principales hitos de ese período.

Más allá de los matices que se presentan en cada país, son numerosos los investigadores del tema en la región que comparten una visión crítica del desempeño histórico de los medios públicos en América Latina y han realizado diagnósticos y propuestas al respecto. En este sentido, Omar Rincón (2005) plantea que la necesidad de generar medios públicos que logren captar audiencia, que se aparten de la lógica gubernamental y que construyan narrativas televisivas generadas desde las propias identidades. En relación los planteos que proponen “imitar” a los medios públicos europeos, Rincón considera que es necesario recordar cuál es el origen de los medios en América Latina, cuál es la tradición al respecto en la región, y apunta sobre las necesidades de que esos medios ganen legitimidad entre las audiencias. Por su parte, Becerra y Waisbord sostienen que:

“En la historia latinoamericana, la trayectoria de los medios de comunicación de gestión estatal ha tenido experiencias interesantes tanto en programación como en alcance social, pero al carecer de sostenibilidad a mediano y largo plazo, su desarrollo acusa los espasmos de los cambios de rumbo definidos por la alternancia al frente del gobierno de orientaciones políticas y culturales muy heterogéneas, e incluso a disputas internas en el marco de una misma administración. Estos espasmódicos cambios de rumbo debilitaron la función pública de los medios estatales, influyeron en su pérdida de credibilidad, deterioraron su audiencia y malograron su mensaje. Lejos de garantizar y estimular la participación social, los medios estatales como dispositivos de propaganda que cambian de registro, de contenidos y de protagonistas según se suceden los gobiernos finalmente quedan relegados a un rol secundario en el sistema mediático. (p.14)”

En este sentido, el presente trabajo apunta entre sus objetivos a dar cuenta del grado de institucionalización lograda por la experiencia de la emisora pública argentina, a partir de la celebración de la LSCA que plantea un sistema general coherente de dispositivos que

permiten volver previsible y estable el sistema de medios público argentino, regulando sus estructuras, procesos de toma de decisión, estableciendo la composición colegiada de órganos de dirección y control, entre otras cuestiones. Se trata con ella de evaluar las condiciones de institucionalidad y de estabilidad de políticas públicas de largo plazo en materia de comunicación.

2.3. Coyuntura actual

Sin embargo, más allá de la tendencia histórica descrita hasta el momento, el siglo XXI comenzó a plasmar cambios importantes en el rol de los Estados de la región sobre los sistemas de medios de comunicación, en general, y los medios públicos, en particular. El surgimiento de nuevos procesos políticos, económicos, sociales y culturales dieron lugar a cambios en diversas esferas sociales, entre ellas, los medios de comunicación. Algunos investigadores evalúan esta coyuntura como una confrontación entre medios privados y gobiernos: *“Desde aproximadamente 2005, se ha visto cómo en varios países los medios oficiales emergen como competencia de los grandes grupos privados aunque exhibiendo en muchas ocasiones —como los privados— un discurso imperante. El fragor de la polémica implicó, hasta ahora, el sacrificio de los matices.”* (Arroyo y otros, 2012: 42)

En este diagnóstico también ingresan otras variables, a veces de carácter tecnológico en primera instancia pero que traen consigo intereses económicos y simbólicos: la convergencia. Sobre este tema, el diagnóstico de estos investigadores evalúa que:

“La novedosa discusión se extiende a toda América Latina, donde los roces entre los principales grupos de medios privados y distintos gobiernos (como han sido los de Lula da Silva en Brasil, Tabaré Vázquez en Uruguay, Evo Morales en Bolivia, Rafael Correa en Ecuador, Álvaro Uribe en Colombia o Cristina Fernández de Kirchner en Argentina) tiene como característica la resistencia de los grandes conglomerados a que se revisen las condiciones bajo las que operan y que les reportan suculentos beneficios. Ello ocurre en un contexto marcado por la revolución tecnológica y el advenimiento de la televisión digital, que está creando nuevas señales que podrían competir con las emisoras comerciales controladas por esos pocos grupos en la medida en que los Estados reviertan la privilegiada relación que mantuvieron con las empresas y amplíen la posibilidad de que otros actores operen licencias audiovisuales y entren a jugar en la misma cancha.” (Arroyo y otros, 2012:43)

Si bien se trata de un proceso que reviste gran actualidad y es complejo advertir qué rumbo tomará, se pueden extraer algunos datos novedosos en materia de nuevas legislaciones y políticas sobre el sistema de medios y su impacto específico sobre los medios públicos. Mientras algunos países de la región contaban con emisoras públicas de larga trayectoria, más allá de sus distintas características, muchos países invirtieron mayores

recursos e incluso crearon nuevos medios públicos y también comunitarios. Por ejemplo, se creó la señal regional Telesur; Paraguay contó por primera vez en su historia con un canal de televisión pública en 2011; Venezuela desarrolló un sistema de emisoras comunitarias y aumentó el número de canales bajo gestión estatal; Brasil expandió su red de medios públicos de alcance nacional; Ecuador y Bolivia aumentaron las inversiones en los medios estatales; Uruguay logró debatir y aprobar una nueva ley de radiodifusión y brindó reconocimiento a los medios comunitarios; Argentina creó nuevas señales, como canal Encuentro, y está impulsando el desarrollo de la televisión digital, etc.

2.4. Canal 7, ATC y la TV Pública

A diferencia de otros países que recientemente cuentan con medios públicos, la principal emisora pública argentina fue de hecho el primer canal televisivo del país, creado en 1951. Los numerosos gobiernos de facto que fueron sucediéndose desde 1930 hasta 1983 en Argentina, con algunos interludios democráticos, mostraron en general una perspectiva privatista sobre los medios de comunicación, con un fuerte control ideológico y relegando al Estado a un rol subsidiario, para prestar servicio en aquellas zonas donde no existiera interés comercial.

A partir de 1983, con algo más de 3 décadas ininterrumpidas de gobiernos democráticos, se han observado diversas políticas en relación a la emisora pública de televisión. Por un lado, algunos intentos de producir una programación con ciertos contenidos innovadores y diversos pero en general con una baja inversión en su presupuesto. Esta falta de apoyo del erario público obligó en muchas ocasiones al canal a buscar fondos a través de la publicidad, quedando atrapado en una contradicción entre sus objetivos y la lógica del rating para aumentar su magro financiamiento público, lo que redundaba en una tendencia oficialista en los programas periodísticos y los informativos. Durante la década de 1990 el canal atravesó una etapa compleja, donde se llevó al límite la exigencia de búsqueda de publicidad, con gestiones fraudulentas e incluso intentos por privatizar el canal. En 2001 se creó una nueva figura, el Sistema Nacional de Medios Públicos, que intentó replicar la lógica organizacional de los multimedios privados para crear un “multimedios oficial”, que proponía un camino hacia la autofinanciación por publicidad. Como se dijo, el gran cambio se produjo en 2009, con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Sin embargo, como se verá más adelante, la coyuntura política recién permitió la puesta en práctica del modelo planteado por la nueva ley recién en 2012.

Este trabajo se propone partir de un diagnóstico con perspectiva histórica sobre Canal 7, para brindar herramientas que permitan mensurar objetivamente su progreso hacia una perspectiva de independencia y pluralidad en su gestión y en sus contenidos. Conocer este recorrido permite contextualizar la situación actual de la TV Pública y reconocer su potencialidad hacia un cambio de paradigma. La construcción de indicadores de calidad permite realizar un diagnóstico permanente sobre el desempeño del canal de televisión

público del país e identificar y proponer instancias de cambio hacia un mejoramiento institucional continuo y progresivo.

2.5. La emisora pública de televisión, desde 1951 hasta el presente

Mientras que la radio surgió por iniciativa de privados en 1920, la televisión comenzó por iniciativa e inversión pública del Estado. Desde Estados Unidos se trajeron al país las cámaras, la antena transmisora y los primeros aparatos receptores de televisión. De hecho, la primera emisión oficial de Canal 7 fue el 17 de octubre de 1951, con la transmisión del acto político del Día de la Lealtad desde Plaza de Mayo. Pocos años después, en 1953, se aprobó la ley 14.241, la primera normativa de radiodifusión sancionada por el Congreso Nacional. Un año después se licitaron 3 cadenas de radio, cada una de ellas acompañada de una licencia para brindar servicios de televisión. La red B de LR3 Radio Belgrano fue licitada junto con Canal 7 y otorgada a la Asociación Promotora de Telerradiodifusión S.A. (APT). Esa misma ley creaba el Servicios Oficial de Radiodifusión (SOR) y se preveía la creación de un nuevo canal público para integrarlo.

Sin embargo, en 1955 el gobierno de Juan Domingo Perón fue derrocado y el 1 de octubre de ese año el gobierno de facto declaró nulas todas las licitaciones de radiodifusión a través del decreto 170/55 y se intervinieron los medios de comunicación otorgados. Por lo tanto, Canal 7 surgió como una emisora pública en 1951 pero entre 1954 y 1955 fue licitada y funcionó como un canal comercial (por única vez en su historia). Al respecto, Leonardo Mindez (2001) sintetiza esta primera etapa: "El canal 7 había pasado su primer lustro de vida bajo propiedad estatal y privada, pero siempre bajo la impronta de la programación comercial y utilizado como herramienta de propaganda gubernamental". (p.57)

El nuevo gobierno mantuvo el canal en manos del Estado pero no realizó nuevas inversiones; el desarrollo de este medio era aún incipiente en el país. En 1957 se sancionó el decreto ley de radiodifusión 15.460 y en 1958 se llamó a licitación para entregar las licencias de 3 canales en la ciudad de Buenos Aires, el 9, 11 y 13. Estos canales comenzaron a emitir entre 1960 y 1961 y recién durante esa década comenzó el desarrollo de la televisión privada en Argentina con el aumento del parque de aparatos receptores en el país y el desarrollo de la programación (de la mano de la inversión de las tres cadenas norteamericanas NBC, ABC y CBS Time Life con productoras de contenidos asociadas) y un crecimiento del mercado publicitario.

Si la penetración de la televisión había sido más bien escasa durante la década del '50, especialmente por la lenta adquisición de receptores por parte de la población, a partir de un crecimiento significativo de la oferta televisiva en los '60, y amparada por cierto florecimiento económico del país con un visible aumento del consumo por parte de los sectores populares en base a una situación de prácticamente pleno empleo, cada vez fue

más habitual encontrarse con grandes aparatos receptores en los livings de los argentinos.
(p.121)

Explica Bulla (2005)

A partir de los datos disponibles (Graziano, 1974) en 1964 el porcentaje de hogares con televisor en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) era del 60 por ciento aproximadamente y en 1968 ese porcentaje había ascendido al 72 por ciento. Durante los años de expansión de la televisión en Argentina, el canal público también recibió inversión económica por parte del Estado. Según la investigación de Mindez (2001), los estudios de canal 7 se trasladaron de locación en 1960 tras una inversión millonaria pero no se renovó el equipamiento técnico y “recién a finales de 1961, el 7 logró incorporar el video, casi un año más tarde que los canales privados, que habían recibido equipamiento tecnológico de última generación para su salida al aire de parte de sus socios norteamericanos.” (p.67)

La década de 1970 planteó numerosos cambios en el mapa televisivo del país. En primer lugar, las cadenas norteamericanas asociadas a los canales de Buenos Aires a través de productoras se retiraron del país y los canales pasaron a estar en poder de empresarios nacionales en su totalidad. Por otra parte, la tardía reglamentación del decreto ley 15.460 en 1965 y su relectura en 1972 planteó una disparidad sobre el plazo de vigencia de las licencias: si el mismo se contabilizaba a partir del momento en que habían sido otorgadas (1958) o desde el momento en que habían comenzado a emitir (1960/61). Finalmente, en 1975 se resolvió la expropiación de los canales de Buenos Aires 9, 11 y 13, los cuales quedaron en manos del Estado junto a canal 7. Esta era la situación cuando el autodenominado Proceso de Reorganización Nacional tomó el poder en 1976. Tras el nuevo golpe de Estado, la Junta Militar repartió el control de los canales televisivos entre las distintas fuerzas, Ejército, Marina y Aeronáutica. Por otra parte, en 1978 Argentina organizó el XI Campeonato Mundial de Fútbol y para ello se había comprometido a transmitir a color, para lo cual adoptó la norma alemana PAL-N. Esta política quedó en manos del gobierno de facto, para lo cual realizó importantes inversiones y creó Argentina Televisora a Color (ATC), que sería el nombre que luego adoptaría Canal 7, que comenzó a funcionar en un nuevo edificio en Figueroa Alcorta y Tagle en la ciudad de Buenos Aires, desde donde aún emite. Según Postolski y Marino (2005):

Los costos totales del Mundial 78 son aún hoy un récord: 520 millones de dólares, frente a los 150 que costó España 82. De esa suma, la construcción de ATC se llevó 40 millones en el edificio, y 30 millones más en el equipamiento. Los partidos sólo se emitieron en color para el exterior. Luego de un período de pruebas, las transmisiones en color comenzaron el 1 de mayo de 1980. Primero lo hicieron Canal 13 y ATC, luego Canal 9 y finalmente el 11 (p.173)

Mientras que los licenciatarios de canal 11 y canal 13 llegaron a acuerdos extrajudiciales con la dictadura militar por la expropiación estatal, canal 9 continuó en disputa y a partir de 1984, un año después del retorno de la democracia, Alejandro Romay retomó la gestión del mismo. En 1989 fueron privatizados los canales 11 y 13, y desde entonces ATC fue el único canal de gestión pública de Buenos Aires. Sin embargo, durante la década de 1990 el canal atravesó varios embates: por un lado, fue constituido como Sociedad Anónima; se autorizó la venta de publicidad directa (decreto 1656/92) y se llamó a licitación (decreto 1022/95) para adjudicar la señal 7 de televisión, mientras que ATC conservaría la frecuencia 4+, que apenas se sintoniza en la zona del AMBA con interferencias. Mindez (2001) identifica dos cuestiones que impidieron la privatización de la señal 7: *“el gremio de prensa UTPBA consiguió que la Justicia dictara una medida de ‘no innovar’”* y *“la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR) requirió al gobierno argentino que se abstuviese de cualquier posible interferencia con el Canal 4 de Uruguay”* (p.106). Finalmente, ATC permaneció bajo la gestión pública.

En 1999, cuando finalizaba el segundo gobierno de Carlos Menem, se aprobó la ley 25.208 Radio y Televisión Argentina, sobre las emisoras de radio y televisión estatales. El principal punto que disponía era la gestión bajo control Legislativo. Si bien varios de los artículos que proponía esta ley eran superadores en relación a la situación de los medios públicos, el nuevo gobierno de la Alianza vetó esta normativa. Dada la nueva coyuntura, con el cambio de gobierno, el partido saliente tenía mayoría en el Congreso y una interpretación es que se proponía mantener cierto control sobre los medios públicos. En este sentido, el nuevo gobierno se aseguró una constante histórica: el control del Poder Ejecutivo sobre los medios públicos. Luego creó la figura del Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP) mediante el decreto 94/2001, que reunía a Radio Nacional, Canal 7 y la agencia de noticias Télam. La gestión estaba a cargo de un directorio, que sólo funcionó como tal durante unos meses. Luego del estallido económico, político y social del país en diciembre de 2001, el gobierno transicional de Eduardo Duhalde decidió la intervención del SNMP en 2002 y a su vez separó la agencia Télam (decreto 2507/02) del multimedio oficial. La designación de interventores continuó hasta 2007, cuando se retomó la figura del directorio con la designación de Gustavo López, quien dejó el cargo en 2008 y fue sucedido por Tristán Bauer, quien se había desempeñado a su vez al frente del canal “Encuentro”, del Ministerio de Educación de la Nación (decreto 533/05), lanzado en 2006.

A partir de 2009, con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se dictaminaron nuevos principios para la gestión y administración de los medios públicos.

2.6. Radio y Televisión Argentina en la LSCA

Es importante destacar como antecedente para la sanción de la nueva ley a la Coalición por una Radiodifusión Democrática, surgida en 2004 y conformada por

organizaciones de derechos humanos y sociales, académicos, sindicatos y profesionales de la comunicación, entre otros. Ese año, la Coalición dio a conocer los 21 puntos para una ley de radiodifusión democrática: un punto por cada año que había transcurrido hasta ese momento desde el retorno del Estado de derecho sin que se haya logrado cambiar la ley ni el paradigma vigente en esta materia. La Coalición cristalizó una síntesis de los puntos de acuerdo de numerosos sectores sociales que buscaban impulsar una comunicación democrática durante más de dos décadas. El texto en general de la LSCA retoma esos 21 puntos y, en particular, su propuesta para los medios públicos de radiodifusión.

En primer lugar, la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual dispuso una serie de cambios en el diseño institucional de los medios públicos (Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado –RTA S.E.) para promover su independencia. Entre ellos, cabe destacar una conformación plural de su directorio, cuyos integrantes son designados por el Poder Ejecutivo Nacional, la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual (con representantes parlamentarios de las tres fuerzas políticas distintas) y el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, cuya integración es federal y representativa de diversos sectores sociales de la comunicación (sindicatos, cámaras empresarias, universidades, etc.). Además, se crean otros organismos de revisión y control social, como el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos y el Defensor del Público. Se trata de un salto de calidad institucional muy significativo, tomando en cuenta la histórica intervención directa del Poder Ejecutivo Nacional en la designación de autoridades y control de los medios públicos. Este punto es reconocido por Verano (2011), para quien tanto la composición plural del directorio como la limitación en la injerencia del poder ejecutivo constituyen un gran salto de calidad democrática. También coincide al respecto Gustavo Bulla (2011)

Los órganos de aplicación de las diversas normativas que regularon la radiodifusión argentina en el pasado se caracterizaron por su centralismo y las inexistentes participación social y representación plural. Siempre dependiendo pura y exclusivamente del Poder Ejecutivo Nacional. Una de las grandes novedades que aporta la LSCA a la radiodifusión argentina es la configuración de instancias de decisión sobre el sistema con ámbitos colegiados, pluralistas y multisectoriales. (p.98)

Sin embargo, la puesta en práctica de estos organismos se demoró y funcionaron en un principio únicamente con la designación de los directores correspondientes al Poder Ejecutivo Nacional. Recién en 2012 se avanzó en la conformación de la Comisión Bicameral, de la cual surgieron las presentaciones de las minorías parlamentarias para ocupar los cargos del directorio de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), de Radio y Televisión Argentina (RTA) y el cargo de defensor del público. Durante los primeros años posteriores a la sanción de la ley las minorías parlamentarias de los partidos opositores al Poder Ejecutivo se negaron a legitimar la normativa y nombrar a sus representantes para crear la comisión bicameral. Luego, en 2011, esa actitud fue modificada públicamente y la comisión bicameral pudo comenzar a funcionar, en 2012.

Otra figura novedosa para la gestión de los medios públicos es la creación de un Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos (art. 124), con una conformación plural de 17 miembros con representantes propuestos por facultades y carreras de Comunicación Social o Audiovisual o Periodismo de universidades nacionales; sindicatos de los sectores con mayor afiliados en RTA; organizaciones no gubernamentales; gobiernos de las regiones de todo el país; Consejo Federal de Educación; Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia; y los Pueblos Originarios. Se establece un período mínimo bimestral para sus reuniones, que además deben ser públicas.

Si bien la normativa no regula sobre contenidos, establece porcentajes mínimos de producción nacional, propia y local para promover la generación de contenidos con una lógica federal, ya que históricamente están concentrados en Buenos Aires. En relación a los medios públicos, esos porcentajes son del 60 por ciento de producción propia y un 20 por ciento de producciones independientes (art. 123)

En relación a las fuentes de financiamiento (art. 136) se reconocen una diversidad de las mismas: el 20 por ciento de los gravámenes de la actividad que recauda el organismo de aplicación; asignaciones presupuestarias; venta de publicidad; comercialización de su producción audiovisual; auspicios o patrocinios; y legados, donaciones u otra fuente de financiamientos para perseguir sus objetivos y autorizadas por su naturaleza jurídica (Sociedad del Estado). A su vez, se dispone que los medios públicos están exentos del pago de gravámenes que deben abonar los medios privados con y sin fines de lucro (art. 137) Si bien reconoce esta variedad de fuentes de financiamiento no establece porcentajes máximos con respecto a los ingresos que pueden originarse por la venta de publicidad (y evitar así que la lógica comercial del rating se interponga con los objetivos de un servicio público de radiodifusión).

Los medios públicos deben cumplir, claro, con las disposiciones del marco normativo que los define y regula. Si bien la LSCA implica un fuerte avance y punto de partida en este sentido, la definición de indicadores de calidad que busca construir esta investigación va más allá de mensurar la puesta en práctica de los principios establecidos en la regulación. Propone a su vez ampliar la mirada con un diagnóstico que incorpora cuestiones culturales de la organización, prácticas institucionales, rutinas de trabajo, elaboración de contenidos, transparencia, situación de los trabajadores y desempeño periodístico, entre muchas otras, que no se desprenden del texto de ninguna normativa y que resultan de vital importancia para registrar tanto los avances producidos en esas materias cuanto los aspectos que necesitan fortalecerse.

2.7. Antecedentes del presente estudio. El surgimiento de observatorios e investigaciones sobre la calidad del sistema mediático argentino

Tanto en la Argentina como en la región se produjo en las últimas décadas el surgimiento de observatorios de medios con un cierto auge. Sin embargo, su rol, características, objetivos y origen institucional se han ido modificando con el paso del tiempo, a partir de los cambios socio-políticos de la región. En relación a su fundamentación, Herrera Damas (2005) los caracteriza como formas de supervisión de los medios que han ido ampliando sus horizontes de actividad en virtud de la versatilidad de sus formas y modos de funcionamiento.

Este movimiento podría tener un doble origen: por un lado, las crisis sociales, políticas y económicas de las sociedades de la región y, por otro lado, el cuestionamiento al sobredimensionamiento de los medios, en un rol político y social que pretendieron ocupar en especial desde la década de 1990 con la creciente concentración de las empresas del sector. A su vez, la forma de hacer periodismo también fue otro elemento que mereció críticas, por ejemplo, en relación con la precarización laboral de los periodistas, que fue una de las razones que conllevó a una disminución del trabajo de investigación periodística.

En relación a los contextos sociales, Germán Rey (2003) considera que los observatorios responden a necesidades de la sociedad, de acuerdo a la realidad de cada país de la región, realidad que puede estar teñida tanto por conflictos internos (Colombia), por el aumento en la intensidad de la lucha política (Venezuela) o el derrumbe institucional, como el que le sucedió a Argentina en 2001.

Por lo tanto, los contextos históricos nacionales y el sistema de medios local imprimen diferencias importantes entre los observatorios e investigaciones que se producen. A su vez, el diagnóstico que los distintos sectores sociales realizan sobre los medios de comunicación y su preocupación principal o bien la cuestión sobre la que buscan intervenir da como resultado distintos proyectos. Para dar cuenta de estas diferentes propuestas, Herrera Damas (2005) propone una clasificación que responda a los siguientes criterios 1) la temática que investigan los observatorios, 2) su origen y composición social, 3) la cobertura de los medios que analizan, o 4) el tipo de medios que observan.

A partir de estos criterios, en el caso argentino se crearon dos observatorios pioneros en 2002 que, según su origen y composición pueden clasificarse como gremial y profesional respectivamente: el Observatorio de Medios Político, Social y Cultural de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA) y el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA). El contexto, como menciona Germán Rey, estaba ligado a la desestabilización política del país con su epicentro en la crisis de diciembre de 2001. No sólo se había puesto en cuestionamiento la representatividad de la clase política entendida desde un punto de vista partidario sino también el rol de los medios: más específicamente, su doble desempeño social como empresas privadas con intereses comerciales y su obligación de informar en una

sociedad democrática. Sin embargo, las razones del surgimiento de cada observatorio son disímiles.

Por su parte, el Observatorio de Medios Político, Social y Cultural de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA) se originó a partir de *“los debates que motivó el comportamiento –y la participación- que las empresas de la comunicación tuvieron en Venezuela durante el frustrado intento de golpe de Estado al gobierno de Hugo Chávez”*². Además, ha puesto su eje en la producción de informes a partir de análisis críticos de los medios de radio, televisión y prensa gráfica a nivel nacional, regional e internacional, difundidos en su página web.

Por otro lado, FOPEA surgió en conmemoración de los casi 20 años ininterrumpidos de gobiernos democráticos y con un espíritu ligado a la concepción clásica de la libertad de expresión a través de la denuncia, relevamiento, monitoreo y presentación de informes sobre casos de limitación a la práctica periodística y/o víctimas de censura o ataques, además de documentos sobre ética periodística y la organización de congresos.

En 2005 se creó el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), que también cuenta con un equipo de investigadores en Argentina y presenta anuarios que resumen los principales relevamientos de cada país. En este caso, su temática (ficción) y tipo de medios (televisión iberoamericana) hace un recorrido que brinda elementos y aportes de análisis también para la TV Pública argentina (es uno de los medios relevados) pero desde su enfoque y perspectiva, sin analizar en su conjunto las características particulares de un servicio público de radiodifusión ni los demás géneros de la grilla.

También en 2005 surgió el Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión que, a diferencia de sus predecesores, surge de una iniciativa institucional y actualmente está integrado por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) y el Consejo Nacional de las Mujeres (CDM). La cobertura que realiza es de radio y televisión a nivel nacional y, además de realizar un seguimiento y análisis sobre los contenidos que incluyan cualquier forma de discriminación, también toma denuncias y reclamos. Su forma de intervención es generar un espacio de intercambio con los responsables de su difusión. Si bien tiene un rol social relevante no produce información específica para un análisis sistemático y global de los medios públicos.

En 2006 se creó la Red de Observatorios Universitarios de Medios, integrada por cinco observatorios universitarios de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP); la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ); la Universidad de Cuyo; la Universidad

² Sobre su creación, véase el sitio de UTPBA, disponible en: <http://www.utpba.org/noticia/el-observatorio-politico-social-y-cultural-tiene-un-nuevo-sitio-web#.VHVTh4uUf74>

Nacional de Córdoba (UNC) y el Observatorio Universitario de Medios de Salta. Su perfil académico, a diferencia de los otros observatorios presentados, realizó análisis de radio, televisión y gráfica a nivel nacional con modelos teóricos y metodológicos desarrollados por investigadores a partir de la combinación de datos cuantitativos y cualitativos.

Luego de la sanción de la LSCA en 2009, surgieron numerosos observatorios e investigaciones, en su mayoría de extracto académico pero también con algunos casos institucionales, con el fin de relevar el comportamiento y desempeño mediático a partir de la nueva normativa y verificar sus posibles cambios. En algunos casos su temática está orientada a los jóvenes, niños y adolescentes (Observatorio de Medios, Jóvenes y TICs de la UNLP, por ejemplo) o de mujeres y género (Observatorio Nacional de Violencia contra las Mujeres del Consejo Nacional de las Mujeres y el Observatorio “Las Mujeres en los Medios” del Equipo Latinoamericano de Justicia y Género –ELA, entre otros). En otros casos se retoma la lógica del género o tipo de contenido, como los Monitoreos de programas noticiosos de canales de aire de la ciudad de Buenos Aires elaborados por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2013.

Si bien no se trata de un relevamiento exhaustivo, esta presentación sobre observatorios e investigaciones y su producción de informes y publicaciones permite reconocer algunos antecedentes sobre enfoques metodológicos e información producida sobre el desempeño de los medios de comunicación en general y de la TV Pública en particular (en algunos casos).

Sin embargo, los recortes planteados, ya sea sobre la temática que abordan, la cobertura que proponen o el origen y objetivos de su surgimiento no permiten dar cuenta de las particulares características de una emisora pública desde una perspectiva sistemática y global, atendiendo no sólo a la calidad de sus contenidos sino también a su calidad institucional. Es éste el desafío que la presente Guía de Indicadores busca afrontar.

PARTE II

RESULTADOS DEL RELEVAMIENTO

Capítulo 1

Transparencia y participación ciudadana

Un abordaje de la transparencia de la gestión pública supone la consideración de una complejidad de aspectos que, sin dudas, exceden un estudio como el presente, en la medida en que la transparencia sólo puede ser abordada rigurosamente si es concebida en los términos de una cultura global respecto del espacio público que incluye tanto los aspectos básicos de institucionalidad y normatividad de procesos de gestión y toma de decisiones, como una cultura de participación ciudadana y una población consciente de sus derechos y obligaciones respecto del funcionamiento de los ámbitos asociados con los asuntos de la vida en común. El presente relevamiento no apunta entonces a ofrecer una medición exhaustiva, en cuanto ésta exigiría el desarrollo de un amplio relevamiento de los diversos institutos del estado que interactúan con la emisora que constituye objeto de este estudio, así como la consideración diacrónica de indicadores contextuales que permitan emplazar los datos en curvas temporales. Esto no supone, sin embargo, imposible toda evaluación respecto de este aspecto vital de la gestión de un medio público, toda vez que en él se asienta gran parte del vínculo de confianza que entabla con la ciudadanía.

Con este objeto, y teniendo en cuenta la complejidad de la materia, la presente dimensión ha sido desagregada en tres subdimensiones que apuntan a relevar aspectos diferentes pero concurrentes en la consideración global de la transparencia y que dan cuenta tanto de las condiciones básicas de posibilidad de un ejercicio franco de la gestión pública como de las políticas concretas de promoción de la implicación de la ciudadanía en los asuntos institucionales. Una primera subdimensión apunta a relevar los aspectos conceptuales o formales de la emisora: se trata de dar cuenta del contrato básico que la institución propone a la ciudadanía y que constituye el instrumento primordial a partir del cual puede concretarse un vínculo institucional claro y susceptible de ser controlado y demandado por la ciudadanía informada. La segunda subdimensión releva directamente procesos de gestión de los recursos de la emisora, a fin de dar cuenta de las condiciones institucionales para el desarrollo de un control ciudadano. Se trata de identificar los grados de institucionalidad y formalidad de procesos de toma de decisiones, control institucional y publicidad de los actos de gestión, que apunta a garantizar formas de monitoreo directo y transparente por parte del público.

Para Bucci et al. (2012), en las emisoras definidas como *públicas* los criterios de evaluación solamente tienen valor real cuando son compartidas con el público que las define y las solventa. Por tanto, la transparencia es una de sus condiciones preliminares. Cuanto más alto sea el grado de transparencia, más preparada está la institución para prestar un servicio público de calidad. Solamente en un ambiente de transparencia la sociedad está en

condiciones reales de participar y, principalmente, de fiscalizar la gestión. En este sentido, entendemos por *accountability* lo que el estudio de Catalina Smulovitz y Enrique Peruzzotti, citado en un artículo de Guillermo O'Donnell, señala al respecto, esto es:

un mecanismo no electoral, pero vertical, de control de autoridades políticas que descansa en las acciones de un múltiple conjunto de asociaciones de ciudadanos y de movimientos y sobre los medios, acción que tiene como objetivo el exponer los errores gubernamentales, trayendo nuevas cuestiones a la agenda pública, o de activar el funcionamiento de agencias horizontales. Emplea herramientas institucionales y no institucionales. La activación de demandas legales o reclamos ante agencias de control es un ejemplo de recursos institucionales; las movilizaciones sociales ilustran algo de los no institucionales, [cuya efectividad] se basa en sanciones simbólicas. (estudio de Smulovitz y Peruzzotti, citado en O'Donnell, 2001).

Según el documento UNESCO que establece indicadores de calidad para la evaluación de medios públicos en América Latina:

se entiende que la transparencia es la libre divulgación de información sobre la administración de la entidad, de tal forma que los datos sean comprensibles, accesibles y formulados en lenguaje común. Así, por ejemplo, no basta con que se publique el balance anual; es necesario que el balance sea explicado. La difusión de todos los datos relevantes permite al público conocer realmente la emisora y saber, en detalle, cómo se están utilizando los recursos, que son públicos.” (Bucci, et al., 2012: 26).

De lo que se trata, además, es de observar que la transparencia esté sostenida no sólo por un esquema formal de “publicidad de las acciones”, sino que forme parte de la cultura de la organización como principio y como práctica, en tanto se entiende el concepto de misión en los términos en los que lo plantea Sanz de la Tajada (1996):

La misión constituye un punto de partida para la actividad de la empresa y su definición tiene mucho que ver con el negocio (actividad productiva y comercial) de la misma; la misión de la organización establece la vocación de la empresa por enfrentar unos retos determinados, lo cual no es posible sin una concepción precisa de la empresa, es decir, de sus principios culturales y valores propios, originados en una concepción específica de su razón de ser y como resultado también de las experiencias positivas de la propia organización en sus actuaciones (p.19).

En cuanto a la transparencia relacionada con el manejo de recursos económicos, se relevan los procedimientos estandarizados para la toma de decisiones en cuanto a esa materia se refiere, atendiendo a que la función social general de su producción de contenidos

conforme a su condiciones de emisora pública (ver “Diversidad cultural” y “Experimentación e innovación del lenguaje” en este mismo documento). Se constata además que los procedimientos relevados, se encuentren a disposición del público y resguardados por la normativa relativa al acceso a la información sobre actos de gobierno (en Argentina, Decreto Núm.. 1172/2003), resultando además en términos prácticos, de fácil acceso para las audiencias de esas emisoras y para la ciudadanía en general.

1.1. Aspectos metodológicos

La complejidad de esta dimensión se ha ordenado en tres subdimensiones, cada una de las cuales, presenta variables que conjugan diversas técnicas de relevamiento, principalmente análisis documental, visualización web y entrevistas.

Sub-dimensión de concepto de emisora pública:

- A. Misión, visión, objetivos y valores de la emisora se encuentran explicitados en un documento que sirve de guía para orientar su acción cultural y se encuentra a disposición del público**
- B. Existen directrices generales para la programación de los diferentes horarios y para los diferentes públicos**
- C. Los programas de la emisora presentan, cada uno, una misión específica y distintiva con respecto a los demás**

Sub-dimensión de transparencia en la administración de recursos económicos

- D. Se realizan balances regularmente y son de acceso público**
- E. La planificación presupuestaria se encuentra documentada y es de acceso publico**
- F. Los balances son auditados regularmente por un organismo externo a la emisora y por una auditoría interna**
- G. Los procedimientos formales para la contratación de proveedores (bienes y servicios) s se encuentran debidamente documentados y son de acceso público**
- H. Existen procedimientos formales para la contratación artística debidamente documentados y de acceso público**
- I. El salario de las autoridades de la emisora es de acceso público**

Subdimensión de participación ciudadana

J. La participación de la ciudadanía es estimulada por la emisora mediante mecanismos sistemáticos y políticas específicas

K. Las sugerencias y críticas de la ciudadanía, individual u organizada, encuentran mecanismos instituidos de absorción y divulgación interna.

L. Se registra una actividad sistemática de presencia pública de la emisora en medios de comunicación on-line, orientada a la promoción de la participación ciudadana

M. La participación de la ciudadanía es estimulada por la emisora mediante órganos y/o mecanismos institucionalizados de participación

Las técnicas de relevamiento conjugan análisis documental de tres corpus:

1) Registros internos: incluye documentos formales que regulan procesos internos de la emisora y de su vínculo dentro de RTA, tales de como actas de directorio, reglamentos de contratación, expedientes de aprobación de contenidos de programas, etc.;

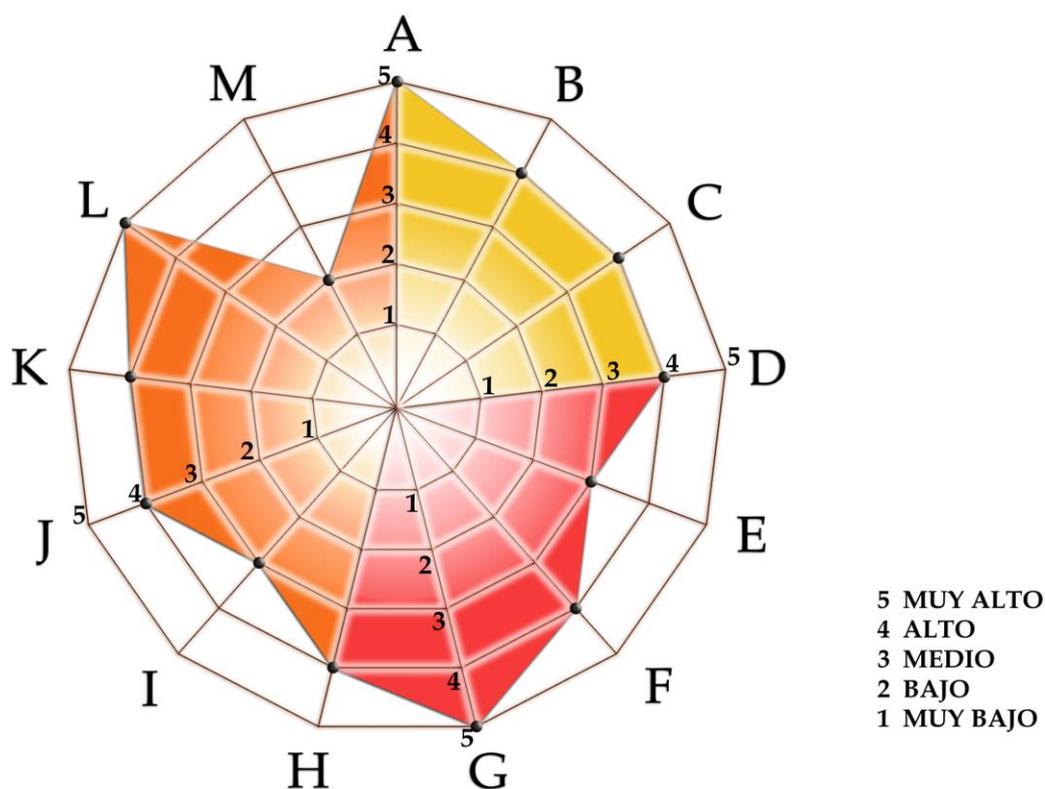
2) Normativa externa que regula los procedimientos implicados a nivel general;

3) Grillas de programación semanal (enero-junio 20105). Este relevamiento documental se trianguló con otras dos técnicas de observación: 1) entrevistas a actores de la institución y de institutos del estado que interactúan en los procesos relevados (tales como AGN, IGJ, SIGEN, etc.) y 2) visualización web.

1.2. Medición

Gráfico 1. Resultados de la dimensión transparencia y participación ciudadana

1. Dimensión de transparencia y participación ciudadana



Subdimensión de concepto de emisora pública

- A. Explicitación de misión, visión y valores como guía de acción
- B. Directrices de programación para diferentes horas y públicos
- C. Misión específica y distintiva de cada programa

Subdimensión de transparencia en la administración de recursos económicos

- D. Realización y acceso público de balances
- E. Planificación presupuestaria documentada y de acceso público
- F. Auditoria externa e interna de los balances
- G. Documentación y acceso público de procedimientos formales para la contratación de proveedores
- H. Documentación y acceso público de procedimientos formales para la contratación de artística
- I. Acceso público de salarios de personal ejecutivo y niveles gerenciales

Subdimensión de participación ciudadana

- J. Mecanismos y políticas de estimulación de la participación ciudadana
- K. Mecanismos de absorción y divulgación interna de sugerencias y críticas de ciudadanía
- L. Presencia en medios online como promoción de participación ciudadana
- M. Existencia y funcionamiento de órganos de participación ciudadana

Subdimensión de concepto de emisora pública:

A. Misión, visión, objetivos y valores de la emisora se encuentran explicitados en un documento que sirve de guía para orientar su acción cultural y se encuentra publicados de forma clara y explícita por medios que permiten el acceso de la ciudadanía.

Se considera buena práctica en las televisoras públicas la publicación explícita de los principios que guían y dan fundamento a la emisora como tal. Según sostiene Jaramillo López (2004), “en toda organización existe un querer o deber ser que expresa lo que ésta define de sí misma: su visión, su misión, sus políticas, los grandes enunciados acerca de lo que dice que quiere ser” (11) y el establecimiento claro de ese horizonte constituye la asunción pública de un compromiso de la institución con la comunidad de la que forma parte. La explicitación y publicidad de estos criterios constituye el punto de partida *sine qua non*, para la promoción de una política de transparencia. Atento a esta consideración, el presente indicador releva cuatro variables que constatan la existencia en documentos formales de la emisora de estos aspectos centrales de su concepción institucional. Se verifica además, la publicidad de esos criterios por canales de fácil acceso para la ciudadanía. Se observa este indicador a través de la existencia de documentación formal (considerando como tal registros institucionales: actas de directorio; informes de gestión, etc.) difusión institucional: (canales de difusión: publicaciones oficiales, página web, spots audiovisuales); presentación oral de autoridades (comunicaciones públicas cumpliendo su rol institucional: presentaciones, conferencias, actuaciones en marcos institucionales, etc.). Se considera como punto máximo del indicador que la emisora cuente con documentación de carácter formal en la que verifique la definición explícita de todos estos puntos (1) y que estos se encuentre publicados para el acceso de la ciudadanía (2) y claramente discernidos. La técnica de relevamiento para este indicador conjuga el análisis documental, visualización de pantalla y web. Se registra una valoración máxima para este indicador, al cumplirse satisfactoriamente los requisitos.

1) *La misión institucional de la emisora se encuentra explicitada en documentos formales y es publicada por canales oficiales.*

La misión organizacional apunta a la función principal de la institución y apunta a dar cuenta de la especificidad de su aporte social. En el caso de un medio público la definición de su misión establece la concepción de su perfil y los supuestos básicos que alimentan la concepción del ámbito público y de la dimensión comunicacional en ese campo. En el caso de la TV Pública Argentina su establecimiento explícito se encuentra en diversos documentos impresos, tales como libros institucionales, informes anuales de gestión, etc. y publicado en la web oficial.

2) *La visión institucional de la emisora se encuentra explicitada en documentos formales y es publicada por canales oficiales.*

La visión institucional da cuenta de un horizonte de desarrollo futuro, concierne al trazado de un rumbo general que guiará las políticas de las gestiones institucionales en el mediano plazo y que permite sostener una identidad institucional más allá de las coyunturas circunstanciales, como cambios de autoridades u acontecimientos sociales o políticos generales. En el caso de la TV Pública Argentina su establecimiento explícito se encuentra en libros institucionales, actas de directorio (cfr. "Memoria 2011" en Actas de Directorio RTA, Libro II, sesión Núm. 37, p.17) informes anuales de gestión (cfr. Informes de gestión 2014 y 2015 presentados ante la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual), etc. y se encuentran publicada de modo explícito en la web oficial.

- 3) *Los objetivos de la actividad institucional de la emisora se encuentra explicitada en documentos formales y es publicada por canales oficiales.*

Se trata de metas concretas y evaluables, en el mediano plazo, que establecen puntos de llegada que se juzgan asequibles por la organización. Su establecimiento se articula con la misión, visión y valores pero su alcance es más acotado y concierne a la impronta de una gestión. En el caso de la TV Pública Argentina, el establecimiento de objetivos, se encuentra publicado en su sitio web oficial y recoge los lineamientos expresados en la LSCA, art.121 *Objetivos de Radio y Televisión Sociedad del Estado.* (cfr. <http://www.tvpublica.com.ar/institucional/>) donde también se ofrece una versión simplificada del balance de gestión que recoge los logros conforme a objetivos previamente establecidos.

- 4) *Los valores de la tarea institucional de la emisora se encuentran explicitados en documentos formales y es publicada por canales oficiales.*

Se trata de principios éticos que constituyen los pilares centrales de la cultura organizacional y ofrecen un conjunto de lineamientos conforme a los cuales se trazaran pautas de trabajo, protocolos de buenas prácticas, etc. En el caso de la TV Pública Argentina su establecimiento explícito se encuentra en los libros de actas de directorio que recogen informes de gestión (cfr. Informes de Gestión 2014 y 2015 ante la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual) y se encuentran publicada de modo explícito en la web oficial.

La valoración de esta serie de variables registra un nivel muy alto de cumplimiento de este indicador.

B. Existen directrices generales para la programación de los diferentes horarios y para los diferentes públicos

Las directrices generales proveen lineamientos para la toma de decisiones en aspectos concretos y operativos, en este caso sobre la selección de programas de acuerdo a un criterio horario, considerando las audiencias frente a la pantalla a lo largo del día y durante los

distintos días de la semana. Empíricamente este indicador observa las siguientes cuatro variables:

- 1) *Existen normas legales que rigen el diseño de la programación con respecto a horarios y segmentos de audiencia.*

Las primeras tres variables procuran relevar la existencia de aparato normativo respecto de la administración de las franjas horarias conforme a la segmentación de los públicos, atendiendo a que la regularidad fortalece el contrato básico de la señal con su audiencia. La primera releva en la legislación vigente la existencia de criterios explícitos que orientan la toma de decisión en materia de diseño de grillas horarias de la emisión, entendiendo que constituye un punto de partida formal que establece cánones generales para el sistema de medios argentino. Al respecto se verifica su cumplimiento en el articulado de la LSCA, art 107, del Régimen de sanciones, que establece el alcance conceptual de la figura del horario apto a todo público –ATP- y en la instrucción de su implementación mediante la creación del “Reglamento de Procedimientos para la sustanciación de sumarios por infracciones a la Ley de Servicios de comunicación Audiovisual”, que orienta la función asumida por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual).

- 2) *Se verifica en las actas y documentación de Directorio de RTA, la existencia explícita de directrices y criterios que guían el diseño de la programación, y que, c) Existe adecuación entre pautas internas y la normativa correspondiente.*

La existencia explícita de directrices y criterios que guían el diseño de la programación en documentación interna de la emisora permite relevar la interpretación que la institución realiza de las normas generales a las que la Ley la obliga. En este sentido, se ha constatado en Actas de Directorio de RTA (Libro II, Sesión Núm. 57, p.92 “Presentación de Programación 2015”) y expedientes de programas la indicación explícita de criterios de relación horario/público que resultan adecuados a lo establecido en la LSCA.

- 3) *Las grillas de programación expresan la vigencia de directrices generales de programación que atiendan a los diferentes públicos/horarios.*

Esta variable apunta a constatar que las directrices formales se plasman en políticas de programación y se traducen en la pantalla. En este sentido y mediante el análisis de las grillas de programación de los meses de enero a julio de 2015, se releva el cumplimiento de las directrices horarias y la regularidad de las franjas. Es de mencionar que si bien las directrices resultan compatibles con el mapa de programación expresado en las grillas, el cumplimiento de las franjas horarias resulta alterado y no se cumple con exhaustividad, lo que puede presumiblemente dañar las expectativas de la audiencia y horadar su vínculo con la emisora. En este sentido, se constata un impacto negativo de las transmisiones del espacio “Futbol para todos” en la consolidación de una grilla regular. En relación con este ciclo, es de advertir la existencia de presentaciones recogidas por la Defensoría del Público (Actuación N°

156/2013) y AFSCA (Expediente N° 2910/13, (sobre art 85 LSCA, regularidad de las transmisiones, Res. 465/2010) en las que se registran demandas del público por motivos de incumplimiento de la grilla horaria sin aviso previo de 48hs.³

- 4) *El segmento del horario abarcado en el rango de "apto para todo público" presenta temáticas y modalidades de cobertura que contemplan su recepción por parte de la audiencia infanto-juvenil.*

Esta variable atiende, metodológicamente (en base a una estrategia de triangulación) a la necesidad conceptual de complementar la constatación de indicios observables de las políticas de planificación horaria, contrastándolas con el relevamiento de los resultados en pantalla de las prácticas concretas de producción televisiva. Con este fin, se desarrolló un análisis de contenido de registros de pantalla, a fin de relevar mediante técnica frecuencial, el porcentaje de cumplimiento de las restricciones establecidas en la normativa.

En este sentido, se observa que el segmento del horario apto para todo público presenta un alto cumplimiento de estas directrices. Registrándose sólo un 8% de piezas (emisiones de programas) con contenidos no adecuados a la recepción de la audiencia infanto-juvenil (escenas de violencia, contenidos sexuales u otros), tal como refleja el cuadro siguiente, manteniéndose el resto de la programación relevada (92%) dentro de los parámetros establecidos para el horario ATP.

Tabla 2. Proporción de programas que respetan el horario de protección al menor

Protección al menor	Frecuencia
Respeto el horario	92%
No respeta el horario	8%
Total	100%

Dentro del porcentaje del 8% de casos que incluyen contenidos no aptos se encuentra en primer lugar la serie de ficción *Amar en tiempos revueltos* seguido por *Cocineros Argentinos*, *Vivo en Argentina*, *Línea de Tiempo*, *Juegos Mentales* y *Fútbol para Todos*.

Este indicador registra un nivel alto de calidad

³³ En la Nota 1171/2015, Expediente 174/2015, fecha 10 de noviembre de 2015 expedida en respuesta a la solicitud formal realizada (en invocación del Decreto 1172/03) para el presente estudio, se hace constar la existencia una denuncia recibida durante 2013 referida a "la falta de cumplimiento en los horarios de programación de la TV Pública –en la mayoría de los casos a raíz de la transmisión de partidos de fútbol no incluidos de antemano en la grilla-. Ante el requerimiento de la Defensoría, el canal señaló que los cambios se producen debido a imprevistos o eventualidades, como por ejemplo un cambio de horario de un partido de fútbol. Ante esas situaciones, la única vía de información que posee el canal son las promociones pertinentes que informan las modificaciones horarias. En la misma comunicación expresaron sus disculpas a la televidente por las modificaciones que se generan y que afectaron su particular interés (Actuación N° 156/2013)".

C. Los programas de la emisora presentan, cada uno, una misión específica y distintiva con respecto a los demás

Cada programa en una grilla de programación tiene un contenido que propone una incumbencia específica. La calidad de la emisora pública se manifiesta en la variedad de su programación, abarcando un amplio espectro de tópicos y audiencias en su propuesta. Empíricamente se observa la misión de cada programa (contemplando para esto la correlación público/género), mediante el análisis de grillas de programación, complementado con análisis cualitativo de registros y consulta de sinopsis o fichas las artísticas de programas, siendo el punto máximo del indicador que cada programa persiga una misión distintiva, y se dirija a un público específicamente circunscripto.

La valoración de este indicador esté dada por el cruce de 4 segmentos de público-objeto (infantil, adolescente, adultos y adultos mayores) con la orientación de los 3 grandes objetivos de los discursos televisivos: (entretenimiento, información y formación), relevando en las grillas de programación de seis meses (enero-julio 2015) la cantidad de combinaciones posibles. Como resultado se registra un nivel alto de diversidad.

Tabla 3. Inclusión en grillas de programación de distintos objetivos y públicos por edad

Programación de grilla	Frecuencia de aparición en grillas
Cubre 12 combinaciones de edad y objetivos	--
Cubre 10 u 11 combinaciones de edad y objetivos	78,9%
Cubre 7 a 9 combinaciones de edad y objetivos	15,8%
Cubre 5 ó 6 combinaciones de edad y objetivos	5,3%
Cubre 4 o menos combinaciones de edad y objetivos	--
Total	100%

Como indica el cuadro anterior, el relevamiento realizado exhibe una frecuencia que permite apreciar tanto que las grillas de programación como la visualización incluyen contenidos para los distintos segmentos de público (infantil, adolescente, adultos y mayores), cumpliendo diferencialmente con tres objetivos para cada uno de ellos (entretenimiento, información y formación). Se advierte además la ausencia de contenidos que incluyan programas informativos para niños y adolescentes, y una preponderancia de contenidos para adultos que resulta indistinta de los adultos mayores.

Tabla 4. Público destinatario de la programación según visualización de contenidos

Público destinatario	Frecuencia
Niños	11,7%
Adolescentes	20%
Adultos	84,2%
Mayores	65,8%

Del análisis de la muestra en términos de los objetivos diferenciales de la programación, se manifiesta que en términos generales esta registra una baja frecuencia (10%) de programas con objetivo formativo y una distribución equitativa entre programas en los que predomina la función de entretenimiento y la función informativa. Tal como expresa el cuadro siguiente:

Tabla 5. Objetivos de la programación según visualización de contenidos

Objetivo	Frecuencia
Informar	47,5%
Entretener	42,5%
Formar	10%
Total	100%

Subdimensión de transparencia en la administración de recursos económicos

D. Los balances de la emisora son de acceso público

Este indicador apunta a relevar la publicidad del manejo de recursos económicos de la emisora materializado en sus balances. En este sentido, se consideran los circuitos institucionales de elaboración, control y aprobación de los balances, tanto dentro de la emisora como a través de los institutos del estado implicados en esta tarea de modo general. En relación con estos aspectos, el presente estudio no indaga respecto del contenido de los balances sino que releva: el cumplimiento formal de los procedimientos establecidos en la normativa vigente, las condiciones institucionales de control y las políticas orientadas a resguardar la transparencia, mediante la promoción del acceso de la ciudadanía y la concreción de acciones positivas de publicación. Como técnica de recolección de datos se aplicará el análisis documental (externo e interno) y entrevistas. El indicador ha sido desplegado en un esquema de cuatro variables:

- 1) *Se verifica en los registros de la Inspección General de Justicia y en los libros de la emisora, la constancia de presentación de los balances en tiempo y forma.*

Se releva mediante análisis documental de los libros administrativos de la TVP y de RTA que las fechas de presentación de balances, se encuentran documentadas formalmente y se verifica que se realizan conforme a la normativa vigente y cuentan con la rúbrica de los síndicos correspondientes, tomando como período los años 2012 en adelante.

- 2) *Se verifica que los balances de la emisora son de acceso público*

Se constata la accesibilidad del público a los balances. Se verifica esta constatación mediante invocación formal ante la Inspección General de Justicia y el Ministerio de Economía, el derecho de acceso a la información pública por parte de la ciudadanía común, reconocido en el Decreto 1172/03, Reglamento General del Acceso a la Información Pública para el Poder Ejecutivo Nacional, Cap. II, art.12 que contempla que “El sujeto requerido está obligado a permitir el acceso a la información en el momento que le sea solicitado o proveerla en un plazo no mayor de DIEZ (10) días” y se constata su cumplimiento en tiempo y forma. Si bien se ha advertido que no se cumple por parte de IGJ la cláusula de “gratuidad” de la información contemplada en el Cap. I art. 7º, “Principios”, que versa “El mecanismo de Acceso a la Información Pública debe garantizar el respeto de los principios de igualdad, publicidad, celeridad, informalidad y gratuidad.”, se ha considerado que esta falta no es imputable a la emisora ni a RTA.

- 3) *Se verifica la supervisión por parte del Directorio de RTA en la elaboración de balances de la emisora.*

Esta variable se despliega en una serie de subvariables que apuntan a relevar el cumplimiento de las acciones de supervisión, en función de lo establecido por la LSCA, como obligaciones del Directorio de RTA, en la materia:

- a) Se verifica que el Directorio supervisa la elaboración anual de un "Plan de gastos y recursos" según lo estipulado en el Art. 34, e) de la LSCA

En este sentido, el análisis de Actas del Directorio de RTA permite constatar la existencia de un procedimiento consolidado de control *ex post*, aprobado por la totalidad de los miembros del directorio y rubricado por los síndicos (SIGEN), representantes de la Comisión Fiscalizadora (a título ilustrativo, cfr. Actas de Directorio de RTA, libro I, Informes de Ejercicio 2011 Sesión 37, p.21; 2012 y 2013, Sesión Núm. 58)

- b) Se verifica que el Directorio supervisa la elaboración de un informe bimestral sobre el estado de ejecución del presupuesto y la rendición de cuentas destinado a ser elevado al Consejo Consultivo Honorario, según establece el Art. 134, k). Se verifica en Actas del Directorio y del Consejo Consultivo la existencia de constancia observable de esta variable.

Las demoras en la constitución y celebración de la primera reunión del Consejo Consultivo Honorario (octubre, 2015), no permiten verificar esta variable. Se la considera incumplida por entender que el órgano mencionado y previsto por la LSCA constituye uno de los espacios orgánicos y formales de participación ciudadana y de publicidad de los actos de gestión relativos a RTA y sus unidades.

4) *La emisora publica en su web una versión simplificada de su presupuesto facilitando la consulta de la ciudadanía*

Más allá de las garantías de acceso ciudadano a la información pública cuyo cumplimiento depende de un conjunto de factores extra-institucionales (en los que los umbrales de incidencia de la emisora pueden ser relativamente bajos y suelen reducirse a la voluntad institucional y de sus gestiones al cumplimiento de normativa general en la materia) y que responden al nivel general de transparencia en la cultura pública y cívica de una sociedad, existen medidas de corte organizacional que pueden exhibir una vocación de la institución en la publicidad de sus actos de gestión. En este sentido diversas emisoras públicas a lo largo del mundo mantienen políticas de transparencia que incluyen la publicación de sus balances y otra información relativa al manejo de recursos en formatos sencillos de fácil comprensión (tales como salarios de autoridades, nóminas de proveedores y compras realizadas, etc.) por canales de acceso masivo, principalmente su página web oficial. El caso emblemático es la BBC, pero también puede mencionarse la TVE, entre otras. Se ha incluido entonces, esta variable en el presente estudio, constatando su incumplimiento.

La conjugación de relevamiento de datos establecidos en esta serie de variables permite verificar un cumplimiento alto de este indicador.

E. El presupuesto de la emisora es de acceso público

La publicidad de los documentos administrativos asociados a la administración de recursos económicos constituye un factor de suma relevancia en el resguardo de transparencia de la gestión de una emisora pública. En este sentido, la estimación de gastos para el próximo ejercicio contable y el plan de acción consecuente constituyen herramientas significativas para el ejercicio informado de la participación ciudadana.

Como parámetros de relevamiento se han establecido las siguientes criterios: a) elaboración documentada de presupuesto y plan de acción anual, según normativa vigente, b) existencia de procedimientos institucionalizados para su acceso público c) existencia de normativa formal que resguarda el acceso público de forma explícita, para ser relevados mediante análisis documental y valorizados en su punto máximo con la concurrencia de los tres parámetros. Empíricamente se han operacionalizado estos criterios en un conjunto de observables que respetan la lógica establecida para el caso de la publicidad de balances (*ver indicador D*):

1) *Se verifica que la emisora elabora y presenta regularmente sus presupuestos.*

Se verifica mediante análisis documental en los libros de la emisora y los registros del Ministerio de Economía de la Nación, y en el plazo de 2012 en adelante, la constancia de elaboración y presentación formal del presupuesto según normativa correspondiente.

2) *Se verifica que el presupuesto es de acceso público*

El derecho de la ciudadanía al acceso a la información pública se encuentra amparado, en Argentina por el Decreto 1172/03, Reglamento General del Acceso a la Información Pública para el Poder Ejecutivo Nacional, Cap. II, art.12 que contempla que "El sujeto requerido está obligado a permitir el acceso a la información en el momento que le sea solicitado o proveerla en un plazo no mayor de DIEZ (10) días". En invocación de este derecho se corrobora empíricamente que los procedimientos institucionales implicados en la solicitud de acceso a los presupuestos elaborados y presentados por la emisora, se atienen a la norma. En este caso, se ha verificado que el Ministerio de Economía de la Nación presenta en tiempo y forma la información solicitada.

3) *Se verifica que la elaboración del presupuesto es supervisada por el Directorio de RTA.*

Esta variable se despliega en dos ítems que siguen lo establecido por la LSCA respecto de las obligaciones del Directorio de RTA en materia de control de la gestión de la TVP. En este sentido, se verificará que:

a) supervisa la elaboración anual de un "Plan de gastos y recursos" según lo estipulado en el Art. 34, e) de la LSCA,

b) Supervisa la elaboración de un informe bimestral sobre el estado de ejecución del presupuesto y la rendición de cuentas destinado a ser elevado al Consejo Consultivo Honorario, según establece el Art. 134, k): se verifican a y b, en las actas del Directorio de RTA;

Al respecto, el estudio constata acciones de control *ex post*, en las Actas de Directorio de RTA, el cumplimiento de a (cfr. libro II, Informes de Ejercicio 2011 Sesión 37, p.21; Informes de Ejercicio 2012 y 2013 (Sesión Núm. 58) todos rubricados por los síndicos (SIGEN) representantes de la Comisión Fiscalizadora del Directorio). Mientras que la subvariable b, resulta incumplida por motivos de la demora en la constitución del Consejo Consultivo, ya referidos.

4) *La emisora publica en su web una versión simplificada de su presupuesto facilitando la consulta de la ciudadanía.*

La emisora tampoco publica en su web una versión simplificada del presupuesto facilitando de este modo la consulta por parte de la ciudadanía. Se verifica el incumplimiento de esta variable.

La concurrencia del relevamiento de estas variables otorga a este indicador un valor medio.

F. Auditoría externa e interna de los balances

Una auditoría es un proceso de revisión externa de procesos organizacionales, por parte de terceros, sean personas o entidades, ajenos a la institución. La supervisión y el monitoreo de forma independiente del manejo económico de la TV Pública refuerza el carácter transparente y responsable del uso de los recursos financieros con que cuenta. El sistema argentino prevé un mecanismo de auditoría que deben respetar los institutos y empresas del Estado que supone un mecanismo de doble auditoría. Una línea de control y supervisión permanente de los procesos administrativos y financieros, dependiente de la Sindicatura General de la Nación (SIGEN)⁴ y otro cruzado que audita según un Plan de Auditoría, diversos organismos y dependiente de la Auditoría General de la Nación (AGN)⁵. En el caso de la RTA, ambos organismos cuentan con representantes directos dentro de la empresa que no pertenecen a su estructura interna sino que reportan directamente a los órganos correspondientes. El relevamiento se realiza mediante análisis documental. Partiendo de ese esquema formal, el presente indicador se despliega en 5 variables siguiendo los principios normativos que rigen la tarea de auditoría:

⁴ La Sindicatura General de la Nación establece su misión institucional de la siguiente manera: “órgano rector del Sistema de Control Interno, coordina actividades orientadas a lograr que la gestión del sector público nacional alcance los objetivos de gobierno mediante un empleo adecuado de los recursos en el marco legal vigente”. Y entre sus funciones, define: “Dictar y aplicar normas de control interno, las que deberán ser coordinadas con la Auditoría General de la Nación. Las jurisdicciones y entidades deberán sujetarse a las normas de control interno dictadas por la Sindicatura, debiendo esta última y las unidades de auditoría interna, aplicar las normas de auditoría. Emitir y supervisar la aplicación, por parte de las unidades correspondientes de las normas de auditoría interna. Adoptar las medidas que consideren necesarias para posibilitar un eficaz cumplimiento de las funciones de coordinación y supervisión asignadas por la ley; Disponer la realización o coordinar la realización de auditorías financieras, de legalidad y de gestión, así como también de estudios referidos a la regularidad jurídica, de investigaciones especiales, pericias de carácter financiero o de otro tipo, y consultorías sobre evaluación de programas, proyectos y operaciones. Asimismo efectuará las auditorías externas que le fueran requeridas, de acuerdo con la Auditoría General de la Nación cuando así corresponda. A tal efecto podrá recurrir a la contratación de servicios profesionales independientes, cuando así lo aconseje la magnitud, naturaleza o especialidad de los trabajos.; Vigilar el cumplimiento de las normas contables, emanadas de la Contaduría General de la Nación” (http://www.siggen.gov.ar/funciones_siggen.asp)

⁵ La Auditoría General de la Nación establece en su página su misión de la siguiente manera: “organismo constitucional con autonomía funcional que asiste técnicamente al Congreso de la Nación en el ejercicio del control externo del Sector Público Nacional mediante la realización de auditorías y estudios especiales para promover el uso eficiente, económico y eficaz de los recursos públicos y contribuir a la rendición de cuentas y sus resultados para el perfeccionamiento del Estado en beneficio de la sociedad” (<http://www.agn.gov.ar/mision>)

1) *Se verifica que los balances realizados por la empresa han atravesado las instancias de auditoría correspondientes. Éstas han sido definidas del siguiente modo y su cumplimiento es concurrente:*

1.a) Se verifica en los libros de la empresa: la constancia de presentación de los balances ante AGN (balances 2013 y 2014 según plan de auditoría).

1.b) Se verifica en los libros de la emisora la constancia de presentación de los balances ante SIGEN.

1.c) Se verifica que los balances se encuentran aprobados disponibles en IGJ (en los registros del organismo)

Los datos requeridos han sido confirmados en Actas Directorio RTA, según se detalla a continuación: Sesión Núm. 37: Presentación Balance 2011; Sesión Núm. 50, p.63: Balance 2012, Sesión Núm. 55, p.85: Presentación Balance 2013; Sesión Núm. 58: aprobación Balance 2013. Se constata la rúbrica de los síndicos representantes por SIGEN, presentes en las reuniones de Directorio

2) *Se verifica que los balances sometidos a revisión por auditoría no han recibido objeciones.*

Se verifica el cumplimiento de esta variable en el Libro II de Actas de Directorio: Sesión Núm. 50, p.63: Balance 2012, e Informe Comisión Fiscalizadora, (Resolución Núm. 66/14) y mediante entrevista con Auditor (dependiente de SIGEN) que enumeró acciones del plan de auditoría aprobado por SIGEN y auditado por AGN.

3) *Se verifica en el organigrama de RTA que la auditoría interna tiene autonomía con respecto a la Dirección de Administración, Finanzas de RTA*

Como se ha señalado, RTA tiene un doble esquema de auditoría, una dependiente de SIGEN (Auditoría destinada a la implementación eficiente y transparente de la gestión de gobierno) con dos síndicos que participan del órgano colegiado denominado "Comisión Fiscalizadora" en las reuniones de Directorio. Además tiene otra auditoría dependiente de AGN (que constituye el órgano de control dependiente del Poder Legislativo para cuya dirección se designa a un representante de la primera minoría parlamentaria) que incluye a RTA en su Plan de auditoría en el período relevado. El Plan de auditoría establecido para RTA, por SIGEN comprende, entre otras: 8 informes generales por año; 4 informes por año sobre control ex post de procesos de compra y contratación de bienes y servicios, 1 revisión anual de legajos de contratación artística. Acciones de revisión de órdenes de pago; legajos de personal; liquidación de sueldos; 4 arqueos; revisión de mecanismos de financiamiento.⁶

4) *Se verifica en las actas de directorio la presentación de informes de auditoría.*

⁶ Para mayor detalle, cfr. Normas Generales de Control Interno para el Sector Público Nacional (Res N° 172/2014 SIGEN) y Normas de Auditoría Interna Gubernamental Aprobadas por Resolución N°152/2002-SGN.

Esta variable apunta a constatar si más allá de lo formal e institucionalmente establecido, RTA cuenta con procedimientos efectivos de supervisión de procesos de auditoría por parte de su Directorio. Se constata esta variable (Actas de Directorio, Sesión Núm. 50, p.63: Balance 2012, e Informe Comisión Fiscalizadora, (Resolución Núm. 66/14) Se desprende del análisis documental que la Comisión Fiscalizadora participa de reuniones de Directorio, y sus miembros firman las fojas correspondientes.

5) *Se verifica la existencia de medidas de control interno de procesos, destinadas a incentivar la transparencia.*

Se trata de una variable que apunta a relevar la existencia de medidas complementarias que den cuenta de una política de transparencia. Con este objeto, la variable se plantea verificar la existencia de al menos una de las siguientes medidas:

- a) 0800-línea para denuncias,
- b) un código de conducta suscripto por el personal de áreas sensibles al manejo de fondos
- c) elaboración de mapas de riesgo

No se verifica la existencia de medidas de esta naturaleza.

La concurrencia de los datos relevados para este indicador dan cuenta de un nivel alto de cumplimiento, en tanto se verificó la presentación de balances ante AGN, SIGEN y su disposición al acceso público en IGJ (contemplando balances de años 2013 y 2014). Se verificó que los balances han sido auditados sin recibir objeciones y se observó que el Directorio de RTA tiene facultad para solicitar informes de auditoría verificando su presentación en actas de directorio. No obstante, no se observó la existencia de medidas complementarias implementadas por la emisora.

G. Documentación y acceso público de procedimientos formales para la contratación de proveedores

La buena gestión de un medio público requiere de procedimientos estandarizados para la contratación de bienes materiales o proveedores externos. En relación con ello, la transparencia de esos procesos supone tanto un resguardo de equidad para proveedores como un instrumento de control y un derecho de la ciudadanía a conocer los actos de la gestión pública. Empíricamente, este indicador se observa verificando si la emisora posee registros documentados que: a) pautas o criterios para la contratación de proveedores, b) pautas o criterios para la adquisición de bienes y c) que estas pautas explícitas sean de acceso público y se encuentren positivamente publicadas por la emisora. La técnica relevamiento consistirá en el análisis documental, la visualización web y realización de entrevistas.

Con estos objetivos, el indicador ha sido desplegado en una serie de variables mediante las cuales:

- 1) *Se verifica la existencia de reglamentos que explicitan criterios y procedimientos para contratación de proveedores (bienes y servicios),*
- 2) *Los reglamentos se encuentran publicados en la web del organismo contratante (RTA/TVP)*
- 3) *Los procesos vigentes, llamados a licitación abiertos y concluidos se encuentran publicados en la web del organismo contratante (RTA/TVP)*
- 4) *Se verifica la existencia de mecanismos complementarios de control de procesos de contratación*
 - a) *ex ante*: se verifica en las actas de Directorio de RTA, el cumplimiento de la función establecida en el Art. 134, f de la LSCA: "Aprobar programaciones, contratos de producción, coproducción y acuerdos de emisión".
 - b) *ex post*: se verifica en los libros de la empresa la realización de auditorías sobre los procesos de contratación de bienes y servicios
- 5) *Existen políticas complementarias orientadas a incentivar la transparencia en procesos de compra o contratación: (se verifica la existencia de al menos 1 de las siguientes medidas:*
 - a) existencia de una línea telefónica o mail para recepción de denuncias,
 - b) presentación de DDJJ por todo el personal involucrado en procesos de compra ante Oficina Anticorrupción).

El indicador relevado registra un nivel muy alto de cumplimiento por verificarse la existencia de un reglamento ("Reglamento de contrataciones de RTA. Soc. del Estado") que explicitan criterios y procedimientos para la contratación de proveedores de bienes y servicios. Estos reglamentos se encuentran publicados en la web así como los procesos vigentes de llamados de licitación (al respecto: <http://www.tvpublica.com.ar/compras/licitacion-publica/>). Además se verificó la existencia de una política de cumplimiento del procedimiento de Declaración Jurada ante la Oficina Anticorrupción que incluye por decisión de la empresa a todos los empleados implicados en procesos de compra y contratación de servicios aunque no estén obligados por ley, además del nivel Gerencial y Directivo que se encuentra formalmente sujeto a este procedimiento.

H. Documentación y acceso público de procedimientos formales para la contratación artística

La actividad televisiva, como gran parte de la producción cultural y artística, requiere de la realización de contrataciones cuyos criterios resultan por definición, difícilmente objetivables, en la medida en que responden a un conjunto de decisiones estéticas y

artísticas y responden a estándares relativamente complejos a la hora de establecer normas de mensurabilidad. Por ejemplo, la selección de un casting para una producción no puede someterse a procesos de licitación ni compulsa; los cachés de los artistas responden a parámetros que vuelven inútiles las formulas comparativas. Por este motivo, el establecimiento de estándares de transparencia debe orientarse al control de los procedimientos específicos y singulares de contratación. No se trata aquí de realizar un análisis acerca del valor de los contenidos contratados ni de evaluar la justeza de los montos de contratación sino de dar cuenta de los datos empíricos concretos sobre los procedimientos efectivamente puestos en juego, así como de sus condiciones institucionales y formales. En ese sentido, se han desplegado 4 variables que permiten relevar de forma objetiva la transparencia de los procedimientos de contratación artística por parte de la emisora:

1) Se verifica la existencia de criterios para los procedimientos para la contratación artística

2) El reglamento es de acceso público:

2.a. o bien resultan de fácil acceso en la web de un organismo competente

2.b o bien son provistos de modo completo y sin derivaciones en un plazo no mayor a 10 días ante solicitud expresa),

3) Los criterios que guían la contratación artística se encuentran publicados en la web de la emisora o de RTA;

4) Se verifica en las actas del Directorio de RTA que los aspectos económicos de la contratación artística son supervisados por este órgano (art.134, f) LSCA)

En función de los ítems identificados el estudio registra un nivel alto de transparencia en los procedimientos de contratación artística, verificando la existencia de criterios para la contratación (cfr. Reglamento de compras de RTA), constatando no solo que es de fácil acceso para el público sino que se encuentra publicado en la web de la emisora. Se relevó mediante análisis de Actas de Directorio el cumplimiento de la supervisión regular y sistemática de los aspectos económicos de la contratación artística (si bien esta variable se verifica con regularidad en las actas de todas las reuniones, se citan a modo ilustrativo, las Sesiones Núm.. 32, 51,54,59, 60, registradas en el Libro II) El indicador no logra un nivel muy alto porque no se verifica en la web de la emisora información relativa a las contrataciones artísticas efectivamente realizadas, ni una especificación explícita de los criterios o lineamientos que orientan las decisiones en esta materia. Si bien puede considerarse que diversas líneas de trabajo expresadas por ejemplo como visión, valores u objetivos institucionales y otras formas de exposición pública sobre las líneas de trabajo planteadas por la gestión e la emisora constituyen directrices que guían en gran medida los criterios de la contratación artística, se considera que en términos de transparencia del manejo de recursos públicos, esta publicidad no resulta suficiente.

I. Acceso público de salarios de personal ejecutivo y niveles gerenciales

Resulta un aspecto complementario en el marco de una política de transparencia la existencia de mecanismos formales y objetivos de establecimiento de remuneraciones de sus autoridades y la información concreta se encuentra sometida a normas que garantizan el acceso de la ciudadanía a esa información. Estos aspectos resultan además potenciados cuando existe una política institucional de publicidad de esa información. En este sentido, algunas emisoras públicas comunican por canales accesibles a la ciudadanía general, los salarios de las máximas autoridades (BBC; TVE, etc.)

Este indicador, se ha desagregado en tres variables:

1) *El establecimiento de los salarios de los directores y sus ajustes se establece conforme a una escala formalmente establecida y vigente de modo general para otros organismos de la administración pública.*

Esta variable apunta a relevar la situación de los Directores de RTA. Al respecto, se verifica en el Boletín Oficial, la publicación de los Decretos Núm. 2073/13; 2074/13; 2075/13 que establecen el nombramiento de los miembros del Directorio y asignan una retribución equivalente al rango de *Secretario de Estado*.

2) *Los salarios de los principales funcionarios son de acceso público*

Conceptualmente, la variable se refiere a los salarios efectivos de las autoridades (Directores Operativos) de RTA. Empíricamente se identifica la verificación del “acceso público” cuando la información sobre salarios de Directores es provista de modo completo y sin derivaciones en un plazo no mayor a 10 días ante una solicitud de información ciudadana. Se constata el cumplimiento de esta variable.

3) *Los ingresos y modificaciones patrimoniales de las autoridades y personal de nivel gerencial se encuentran monitoreados de manera sistemática y sometidos a controles anticorrupción.*

Se constata la presentación sistemática por parte de las autoridades referidas de Declaraciones Juradas Patrimoniales de forma anual, ante la Oficina Anticorrupción y el monitoreo de este procedimiento por parte de la Gerencia de Recursos Humanos de RTA.

4) *Los salarios de los principales funcionarios se encuentran publicados*

Esta variable entiende por publicación la puesta en estado público como una política positiva de la emisora y su cumplimiento se verifica mediante constatación de la información en canales de acceso directo tales como el sitio web de la emisora. Se constata el incumplimiento de esta variable.

Este indicador recibe una valoración media en la medida en que, si bien se cumplen tres de las cuatro variables establecidas para su evaluación, el estudio pondera jerárquicamente la variable 4 por considerar que hace a la naturaleza del indicador y, junto con la variable 2 que sí se cumple, son las que dan cuenta de una política de transparencia desarrollada de forma autónoma por la emisora, más allá de las normas que la obligan de modo general por tratarse de una empresa del Estado.

Subdimensión de participación ciudadana

J. La participación de la ciudadanía es estimulada por mecanismos y políticas de estimulación de la participación ciudadana

La participación de la ciudadanía respecto de una emisora consiste en el desarrollo de políticas de la inclusión activa de la misma en el canal, así como de estrategias de interpelación que promuevan el vínculo. Esta participación puede estimularse mediante el fomento de la comunicación bidireccional: estableciendo canales de contacto de la ciudadanía hacia la emisora y a su vez brindando a la ciudadanía información por parte de la emisora. Conceptualmente, se distinguen y circunscriben para este indicador las formas de vinculación en las que predomina una consideración del público (actual y potencial de la emisora) en su calidad de ciudadano y por lo tanto, como sujeto de derechos, antes que en los términos de un concepto de “audiencia” en sentido corriente. Esta conceptualización atiende tanto a las formas de la interpelación (el perfil de destinatario supuesto, los temas y lenguajes predominantes, etc.) como al concepto de sujeto implicado en la concepción del vínculo propuesto. Empíricamente se observa el indicador a través de entrevistas y aplicando análisis de contenido de registros de visualización y análisis de documentación.

Este indicador se verifica en cuatro variables:

1) La emisora exhibe una política de vinculación con otras instituciones

El presente indicador releva la celebración de convenios y la realización de acciones orientadas a promover el fortalecimiento de lazos con la sociedad, a través de diversas iniciativas. Se verifica mediante entrevista documentada que la emisora suscribe convenios formales y acuerdos operativos para la articulación de vínculos con organismos de diversa naturaleza, y con múltiples objetivos, vinculados con la promoción del vínculo entre diversos actores sociales e institucionales con la emisora. (a título ilustrativo se menciona la tarea desarrollada en conjunto con el Ministerio de Educación de la Nación para la participación de estudiantes secundarios de escuelas públicas en los paneles de discusión del Programa “Una tarde Cualquiera” con fines formativos y de contención institucional; en otro orden, se advierte una política de cooperación orientada al fortalecimiento y difusión del Archivo Histórico de RTA; el trabajo conjunto con el Museo de Bellas Artes plasmado en el ciclo “La Argentina a cuadros”, etc.)

- 2) *Se verifica mediante entrevista documentada y análisis de documentación la realización sistemática de actividades de apertura/visita de ciudadanos.*

En relación con esta variable se relevan cinco líneas de acciones: a) La organización de actividades culturales en el marco del denominado “Ciclo Entrá” (Ciclos de teatro, música danza) exhibidos de forma gratuita y enmarcados en un programa permanente y regular de actividades ofrecidas a la comunidad; b) El desarrollo de actividades orientadas a la educación o formación, básicamente, la organización de visitas guiadas, con apoyo de material explicativo, para colegios y público en general; c) Una concepción del espacio edilicio como espacio público, manifestada en señalética y en un trabajo estético orientado a la configuración de una memoria colectiva respecto de la vida de la emisora (presencia de maquetas; existencia del Museo de la Televisión Argentina abierto a la comunidad, etc.) d) Una política de apertura del archivo histórico de registros audiovisuales de la emisora, ambiciosa en su alcance y abierta en sus modalidades de acceso y consulta por parte de la ciudadanía común; e) Una estrategia de intervención en canales interactivos y redes sociales, orientada a la interpelación del público en tanto que ciudadanía. (cfr. <http://www.tvpublica.com.ar/dialogo-con-la-comunidad/>)

- 3) *Mediante el análisis frecuencial de una muestra de registros de programación, se relevan las formas de presentación en la pantalla de formas de participación ciudadana.*

La variable se ha diseñado tomando el concepto desarrollado en el marco del estudio publicado como *Observador de Medios en América Latina* desarrollado por el equipo de Polital para la Fundación Konrad Adenauer, que reconoce entre las funciones que cumple un medio respecto del desarrollo de una cultura democrática, el “rol articulador-mediador entre los ciudadanos y el poder” (Zukernik, 2008:117)⁷. Este estudio en la dimensión mencionada propone relevar en la producción mediática, con una técnica frecuencial de visualización de pantalla considerando que el poder de colocar ciertos temas en agenda constituye por sí mismo (y sin dudas, el principal que tienen los medios) modo de promover una cultura participativa general, que de un modo u otro, impacta en la configuración de prácticas de control ciudadano que volverán sobre los propios medios públicos en el largo plazo. Partiendo de ese criterio y retomando algunas de las variables propuestas en ese trabajo (a y b) se establecieron tres parámetros de relevamiento:

- a) una participación regular de la ciudadanía en programas (paneles de discusión, canales de comunicación, etc.)

⁷ Que apunta a dar cuenta con una técnica de relevamiento cuantitativo del modo de inserción de los medios en la construcción de una cultura democrática. En este sentido: “De un ejercicio pasivo de ciudadanía que considera al ciudadano como votante, contribuyente y consumidor, en América Latina el ejercicio de la ciudadanía activa, donde el ciudadano reclama, protesta, audita y veta respecto a los asuntos públicos, muchas veces lo hace a través de los medios, o usándolos para poder tener figuración y amplificación de sus demandas sociales.” (p.153)

- b) Experiencias de participación ciudadana en asuntos públicos (Asociaciones barriales, vecinales, ONG's)
- c) Experiencias ciudadanas de control en la gestión pública

El relevamiento arroja los resultados recogidos en la Tabla 6.

Tabla 6. Participación de la ciudadanía en programas de la TV Pública

Característica del programa	Frecuencia
Programas con participación de la ciudadanía	36,7%
Programas sin participación de la ciudadanía	63,3%
Total	100%

Dentro del 36,7% de programación que hace referencia a formas de participación indicadas, se registra la distribución, según expresa la Tabla 7. Dentro de estos programas predominó la lectura o exhibición de mensajes como modo de intervención (se utilizó esta modalidad en un 77,3% de los programas que incluyeron mecanismos de participación ciudadana), seguida por otras formas de participación (27,3%), la presencia en paneles de discusión (9,1%) y la intervención como público presente activo en el programa (9,1%).-

Tabla 7. Modalidades de intervención en programas de la TV Pública que incluyen participación de la ciudadanía

Modalidad de participación observada	Frecuencia
Como parte de paneles de discusión	9,1%
Como público presente activo	9,1%
Lectura/exhibición de mensajes de ciudadanía	77,3%
Otras formas de participación	27,3%

4) *Existen formas de intervención de la ciudadanía en la pantalla a través de medios interactivos*

Finalmente y atendiendo a la multiplicación de prácticas de intervención en el espacio público a través de canales interactivos, redes sociales y nuevas tecnologías, el presente estudio apunta a relevar las tareas desarrolladas por la emisora a fin de instrumentar los recursos múltiples de la comunicación en este campo, para interpelar a su audiencia promoviendo una disposición activa frente a la pantalla. En este sentido, un abordaje cualitativo de: web oficial de la emisora, canales de Facebook, web del Archivo Prisma permite verificar en la política de desarrollo de medios interactivos, un perfil orientado a la concepción de la audiencia en tanto que *ciudadanía*. Esto puede corroborarse en diversos indicios, desde fórmulas de interpelación para la participación en twitter y Facebook que alientan diversos debates y promueven la reflexión en torno a contenidos, tanto como

respecto de noticias de actualidad, fechas patrias, etc.; hasta la política de difusión del Archivo Histórico, orientada a la articulación entre material histórico y actualidad.

La triangulación de datos obtenidos a través de las diversas técnicas implicadas en este indicador, registra un nivel alto de promoción de la participación ciudadana, verificado a partir de la identificación de políticas de vinculación con otras instituciones orientadas hacia este objetivo; así como la realización sistemática de un conjunto vasto de acciones orientadas a la apertura de la institución a la comunidad, mediante un programa de actividades culturales en el propio edificio; desarrollo de visitas, intervención del espacio edilicio, una política de democratización del archivo histórico y el desarrollo de una estrategia de interpelación ciudadana a través de redes sociales.

K. Las sugerencias y críticas de la ciudadanía, individual u organizada, encuentran mecanismos de absorción y divulgación interna

Constituye una pieza clave en el desarrollo de una política de interacción con la ciudadanía que promueva la consolidación de una cultura participativa y de una concientización de la comunicación en tanto derecho, el desarrollo por parte de la emisora de una política de sensibilidad ante los reclamos ciudadanos. Las posibilidades de esa disposición por parte de una organización de tamaño significativo y considerable complejidad, requiere del desarrollo de un trabajo de comunicación interna y organización orientada no solamente a favorecer la permeabilidad de la institución frente a la sociedad, sino su capacidad para generar mecanismos de alimentación en base a la información recibida y una capacidad de implementación de transformaciones a partir de ese intercambio. En este sentido, y a los efectos de determinar los parámetros observables de este aspecto, se realizó el estudio de cuatro variables:

- 1) *Se verifica en la web de la emisora la existencia de canales de reclamos propios.*

Además de la información básica de vías especialmente destinadas a la promoción de un vínculo con la sociedad en tanto que ciudadanía (mail: participación@tvpublica.com.ar), es de destacar que el sitio web de la emisora ofrece una ventana denominada "Diálogo con la comunidad" orientada a promover la interacción con la ciudadanía (<http://www.tvpublica.com.ar/dialogo-con-la-comunidad/>) y que ofrece diversas entradas destinadas a la recepción de sugerencias, reclamos, etc. Entre otras formas de interacción propuesta, se ofrece la posibilidad de sugerir temas de relevancia para su cobertura por parte del noticiero. Según indica la mencionada solapa: "El Noticiero de la TV Pública está abierto al diálogo social sobre la información relevante en temas de la actualidad nacional e internacional. Para compartir información relevante sobre temas de la actualidad nacional o internacional o comunicarse con el Área de Noticias de la TV Pública..." Otra de las solapas ofrece información sobre diversos servicios brindados por institutos del Estado, tales como programas de ayuda social, atención de víctimas, comunicación con la Defensoría del Público

y la Defensoría del Pueblo, etc. En este sentido se valora positivamente que además de los habituales canales de reclamos vinculados con cuestiones técnicas de cobertura de la señal, etc., se desarrollen estrategias orientadas a la generación de formas creativas de comunicación con la sociedad, como las mencionadas.

- 2) *Se verifica en la emisora la existencia de protocolos de respuestas para reclamos o consultas informales (teléfono, mail, etc.) que establecen.*

Se releva la disponibilidad de guías de procedimientos que organicen las vías de recepción, modos de atención y formas de distribución de la información recibida entre las diversas áreas de la emisora que pudieran ser receptoras del reclamo, consulta o sugerencia. Se observa especialmente que se encuentren establecidos:

- a) el área encargada de su recepción y distribución interna y
- b) los procedimientos de respuesta,

- 3) *Se verifica la existencia de legajos u otros registros de los reclamos generales*

Este indicador apunta a relevar, por un lado, el nivel de formalización que tiene la política de vinculación con la sociedad y simultáneamente, la existencia de estrategias de consolidación de una memoria institucional de los vínculos con la sociedad.

Con este doble objetivo se releva la existencia de registro de reclamos, sugerencias, recibidos a través de dos vías:

- a) La recepción directa mediante los canales de contacto provistos por la emisora y
- b) La recepción de recomendaciones, consultas y reclamos vehiculizados a través de la Defensoría del Público.

El relevamiento registra un alto grado de organización de recepción de reclamos vehiculizados por medios interactivos y una baja organización de recepción de reclamos recibidos por canales telefónicos o postales. Sí se verifica un alto grado de interacción con la Defensoría del Público y la participación de profesionales y técnicos de la emisora en las instancias promovidas por el instituto a fin de impulsar mejoras y consolidar estándares de buenas prácticas a propósito de reclamos recibidos.

- 4) *Se verifica la existencia de expedientes de reclamos vinculados con acceso a la información pública (Dec.1172)*

Por último, resulta un aspecto fundamental, en una emisora pública en tanto instituto del estado, del desarrollo de una política de reconocimiento del derecho de la ciudadanía al acceso a la información pública. En este sentido, y en relación con la implementación de políticas de participación ciudadana, se releva la existencia en la emisora, de registros de las

solicitudes realizadas por la ciudadanía en invocación de este derecho, reconocido mediante Decreto 1172/03.

La conjugación de las variables detalladas, registra un nivel alto, atendiendo a la existencia de canales de participación ya descritos; la existencia de protocolos de respuesta a reclamos o consultas informales y la generación de registros. El carácter incipiente de algunos procedimientos no permite valorar como el cumplimiento óptimo esta variable, a pesar de ofrecer indicios de una política institucional clara en esta dirección.

L. Se registra una actividad sistemática de presencia pública de la emisora en medios de comunicación on-line, orientada a la promoción de la participación ciudadana

El presente indicador apunta a relevar si la instrumentación de los recursos interactivos que ofrecen las nuevas tecnologías es orientada por la emisora hacia la consolidación de un vínculo que promueva la participación de la ciudadanía en su carácter de tal y no simplemente se rijan por concepciones meramente publicitarias o estrategias de fidelización de audiencias o de mera multiplicación de pantallas o venta de productos y servicios asociados.

Este indicador releva cuatro variables:

1) La orientación de la comunicación en medios interactivos a la interpelación ciudadana:

En este sentido se constata si a) se promueven temas y debates de interés público, b) se interpela a los usuarios como ciudadanos y c) se brinda información orientada a la participación ciudadana,

2) se verifica mediante entrevista documentada existencia de protocolos de comunicación en redes que contemplen la condición singular de un medio público y su responsabilidad ante la ciudadanía,

3) se verifica la consolidación de un feedback a partir de la comunicación a través de medios interactivos

4) se verifica mediante entrevista existencia de un circuito de recepción y distribución interna de reclamos y sugerencias recibidos específicamente por medios on line

Es de advertir que las variables 3 y 4 que pueden resultar repetitivas respecto del indicador anterior, asumen que el volumen de la información generada a partir de la comunicación a través de redes sociales, twitter, Facebook, etc. y su carácter estadístico, amerita la creación no sólo de registros específicos sino el desarrollo de formas de

tratamiento de la información generada, específicos (a partir del establecimiento de metada, de identificación de ejes de organización de la información, etc.)

La conjugación de los datos generados a partir del relevamiento de este indicador registra un nivel muy alto de tratamiento de la información generada a partir del contacto a través de medios interactivos. Se verificó además que en las redes sociales y en medios interactivos se lleva a cabo una política orientada a la participación ciudadana promoviendo temas de interés público, interpelando a los usuarios como ciudadanos y brindando información orientada a consolidar una disposición activa. También se observó positivamente la existencia de criterios de comunicación en redes que contemplan la responsabilidad del medio público ante la ciudadanía, así como la existencia de registros y procedimientos de tratamiento de consultas y reclamos recibidos por medios online.

M. La participación de la ciudadanía es estimulada por la emisora mediante órganos y/o mecanismos institucionalizados de participación

La Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual establece en su Capítulo II, Título VII, la creación de un Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos, integrado por 17 miembros representantes de distintos actores sociales y organizaciones de la sociedad civil y gobiernos provinciales.

El Consejo resulta, en este sentido un instrumento capaz de vehicular y dar institucionalidad a la participación de diversos sectores de la sociedad civil en el desarrollo de líneas de trabajo, detección de dificultades, debate público, etc. Entre sus competencias, el Consejo Consultivo establece:

- a) Convocar a audiencias públicas para evaluar la programación, los contenidos y el funcionamiento de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado;
- b) Aportar propuestas destinadas a mejorar el funcionamiento de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado;
- c) Habilitar canales de comunicación directa con los ciudadanos cualquiera sea su localización geográfica y nivel socioeconómico;
- d) Fiscalizar el cumplimiento de los objetivos de creación de la presente ley y denunciar su incumplimiento por ante la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual;
- e) Convocar semestralmente a los integrantes del directorio de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado a efectos de recibir un informe de gestión;
- f) Presentar sus conclusiones respecto del informe de gestión presentado por el directorio, a la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual.

En virtud de su naturaleza y composición, la actividad del Consejo Consultivo Honorario resulta un indicio significativo de la existencia de una política de articulación con la ciudadanía e los términos de una participación activa y democrática. En este sentido, la demorada creación del Consejo Consultivo Honorario inicio de sus sesiones (29/09/2015) resulta en un cumplimiento bajo de este indicador que contempla 4 variables

1) Se verifica en la creación del Consejo Consultivo Honorario (CCH) según establece la LSCA

A través del Decreto 51/2015, publicado en el Boletín Oficial el 21 de enero de 2015, se designaron los miembros que conforman el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos, tal como lo dispone la LSCA (art.124). Sin embargo, es necesario dar cuenta de la demora en la creación de este organismo, dado que la sanción de la LSCA data de 2009 y el Directorio RTA comenzó a funcionar el 10 de diciembre de 2009. El CCH fue creado con el objetivo de ejercer el control social del cumplimiento de los objetivos de la LSCA por parte de RTA S.E. y funcionar como ámbito consultivo extraescalafonario de la entidad. Se tuvieron en cuenta los modelos de otros Consejos (como son los casos de Francia, España, Canadá y Australia) para la creación de este organismo, con una representación federal, de minorías, de gremios del sector, y otros miembros de la sociedad civil.

En relación a la demora en la conformación del CCH, la Defensoría del Público realizó la Actuación N° 7/2012 (ver apartado Dimensión independencia, indicador F. variable 3) para impulsar la conformación del Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos, previsto en el artículo 124 de la LSCA. Finalmente se nombraron a los integrantes del Consejo en enero de 2015.

2) Se verifica en decretos de nombramiento de miembros del CCH que su composición contempla la diversidad de organizaciones políticas y civiles estipulada en la LSCA

En efecto, los nombramientos efectuados a través del Decreto 51/2015 respeta la conformación que dispone el art. 124 de la LSCA:

- a) Dos (2) a propuesta de las Facultades y carreras de Comunicación Social o Audiovisual o Periodismo de universidades nacionales;*
- b) Tres (3) a propuesta de los sindicatos con personería gremial del sector con mayor cantidad de afiliados desempeñándose en Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado al momento de la designación;*
- c) Dos (2) por organizaciones no gubernamentales de derechos humanos o representativas de públicos o audiencias;*
- d) Seis (6) a propuesta de los gobiernos jurisdiccionales de las regiones geográficas del NOA; NEA; Cuyo; Centro; Patagonia; Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires;*
- e) Uno (1) a propuesta del Consejo Federal de Educación;*

f) Dos (2) a propuesta del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia que representen a entidades u organizaciones de productores de contenidos de televisión educativa, infantil o documental;

g) Uno (1) a propuesta de los Pueblos Originarios.

En el Anexo I del Decreto 51/2015 se realizaron las siguientes designaciones:

Mario Roberto Giorgi y Daniela Inés Monje, Consejo Interuniversitario Nacional, conforme al Art. 124, inc. a)

Alejandro Carlos Ruiz, Rolando Fabio Conte y Ricardo Daniel Vernazza, COSITMECOS, conforme al Art. 124, inc. b)

Giselle Laura Tepper y Manuel Barrientos en representación de organismos de DDHH, conforme al Art. 124, inc. c)

Gonzalo Manuel Morales, Región NOA; Silvia Mónica Robles, Región NEA; Néstor Adrián Rodríguez, Región Cuyo; Néstor Adrián Rodríguez, Región Centro; Cristian Alberto Aliaga, Región Patagonia y Juan Courel, Pcia. de Bs. As./CABA; conforme al Art. 124, inc. d)

Graciela Yolanda Bar, Consejo Federal de Educación, conforme al Art. 124, inc. e)

Alicia Ramos y María Cielo Salviolo, Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia, conforme al Art. 124, inc. f)

Jesica Otilia Millalonco, Pueblos Originarios, conforme al Art. 124, inc. g)

3) Se verifica en actas o registros formales del CCH que este se reúne con la regularidad establecida en la LSCA

Entre sus obligaciones debe reunirse como mínimo bimestralmente, esos encuentros son públicos y debe dar a publicidad un informe sobre los temas considerados. A su vez, debería recibir informes de gestión por parte de RTA.

Por el momento el CCH realizó sólo dos reuniones: el 29 de septiembre y el 1 de diciembre de 2015.

4) Se verifica en el registro de sesiones del CCH la creación de un estatuto de funcionamiento del CCH

En la segunda reunión celebrada el 1/12/2015 se discutió el estatuto de funcionamiento del Consejo Consultivo Honorario de los medios públicos. A partir de tres propuestas que presentó la comisión de redacción, se votaron las decisiones estructurales, se decidieron las lógicas de funcionamiento del Consejo y se aprobó el reglamento general de funcionamiento.

Pese a los avances en este sentido, y aun estando aprobado, el Consejo no cuenta al momento con un Estatuto formal y definitivo de funcionamiento al que se pueda acudir.

Este indicador recibe una valoración baja.

Capítulo 2

Diversidad cultural

Según UNESCO (2005):

la diversidad cultural se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades. La diversidad cultural se manifiesta no sólo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad mediante la variedad de expresiones culturales, sino también a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados. (U.N.E.S.C.O. 2005: 4)

Al mismo tiempo, en el documento que la organización elaboró sobre estándares de calidad de los medios públicos, se consigna que:

las organizaciones mediáticas tienen considerable poder de dar forma a la manera cómo la sociedad experimenta la diversidad. Los medios pueden informar sobre los intereses de todo grupo de la sociedad y permitir que los diversos grupos accedan a información y diversión. Los medios pueden crear una plataforma para que cada grupo de la sociedad se visibilice y se haga escuchar. Pero en cambio los medios también pueden engendrar la desconfianza, el temor, la discriminación y la violencia, al reforzar los estereotipos, fomentar la tensión entre los grupos, y excluir a ciertos grupos del discurso público. (Bucci, et al., 2012: 35)

Por otra parte, el artículo 121 de la LSCA, que regula la actividad de los medios audiovisuales en Argentina, dispone que, entre otros, uno de los objetivos de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA SE) es “respetar y promover el pluralismo político, religioso, social, cultural, lingüístico y étnico”. La indicación para la principal emisora pública argentina puede considerarse una recomendación, también, para todas las emisoras públicas.

Es posible, entonces, considerar a la diversidad cultural en los medios públicos en dos dimensiones: una vinculada con los géneros, formatos y tipos de contenidos que allí se

expresan y otra en relación con los grupos sociales que se visibilizan a través de sus pantallas.

Argentina ha avanzado notablemente en los últimos años en relación con el respeto a la diversidad en todas sus formas, y se ha dado para sí marcos regulatorios al respecto que dan cuenta de ese avance. Ejemplo de ello son la Ley de Matrimonio Civil (Ley N° 26.618, sancionada en el año 2010 y más conocida como Ley de Matrimonio Igualitario), la Ley de Identidad de Género (Ley N° 26.743, sancionada en el año 2012) y su respectiva reglamentación (Decreto 1007/2012) y el Decreto N° 1006/2012, que establece el reconocimiento igualitario de los y las hijos/as nacidos/as antes de la sanción de la Ley de Matrimonio Igualitario y otras normas en el mismo sentido. Es de esperar que, en virtud de este contexto, los medios públicos también se comprometan con el respeto a la diversidad, de género, étnica, social y religiosa. Es crucial que, en la programación, el tema de la diversidad cultural sea uno de los pilares que organice tanto la producción de contenidos como las estrategias de satisfacción de las audiencias de un medio público. En el documento que sirve de base para este trabajo los autores aclaran que es fundamental, al mismo tiempo, que no se lo confunda *“con una estética meramente pedagógica, destinada a masificar las buenas costumbres o promover la educación cívica, pues esa no es la función de las emisoras públicas.”* (Bucci, et al., 2012: 28) Y es trascendental, también, que esa diversidad se refleje en la grilla de contenidos propuestos para las audiencias, que considere intereses diversos en distintas franjas horarias.

Diversidad cultural tampoco significa una adhesión sin críticas a lo que sea políticamente correcto. Según siempre en documento de Bucci, et al. (2012) *“la solución respecto de la diversidad no se logra a través de cuotas. Muy por el contrario, la diversidad cultural se afirma cuando hay diversidad de voces, ángulos y puntos de vista en la programación, que reflejen la vida social.”* (p. 28).

En relación con la diversidad en términos de formatos, temas y contenidos, consideramos aquí los aportes de Richeri y Lasagni (2006), para quienes la diversidad es uno de los factores más precisos para analizar de calidad un sistema televisivo determinado. De acuerdo con los autores, *“la mayoría de las investigaciones concuerdan en que los sistemas televisivos deben ofrecer una amplia gama de programas con diversidad en sus géneros, contenidos, estilos, tipos, posiciones y opiniones”*.

Siempre según Richieri y Lasagni, *“la diversidad puede medirse a través de una serie de indicadores empíricos como las hora dedicadas a cada tipo de programas, los recursos económicos y profesionales destinados a las diversas sesiones, el tiempo y el espacio dedicados a grupos sociales, étnicos o generacionales diversos”*. Los autores apelan a la definición que ofrece Blumer para verificar la diversidad en televisión. Se divide en siete dimensiones:

1- Dimensión sustancial: la programación representa la diversidad de opiniones y los puntos

de vista más importantes de una sociedad o bien permite a diversos grupos (sociales, económicos, por sexo o por edad) tener visibilidad y expresarse.

2- Diversidad de tipos de programas: Diversificación de los géneros que componen la programación (noticias, magazines, educación, culturales) evitando la repetición y estandarización de los formatos.

3- Diversidad en los palimpsestos:

Tiene dos dimensiones:

Interna: de cada canal (diversidad vertical) que se mide calculando cómo géneros distintos de programas se distribuyen en un palimpsesto durante un día u otro lapso.

Externa: se refiere al sistema televisivo (diversidad horizontal). Considera la amplitud de la elección entre los diversos canales, en una franja horaria determinada.

4- Diversidad estilística: este indicador pone de manifiesto si cada tipo de programa tiene las condiciones para desarrollarse según su propio estilo, características y valores. Lo opuesto a esto es la tendencia a nivelar la programación a partir de modelos estandarizados que repiten estilos y formas expresivas largamente experimentadas y consolidadas.

5- Diversidad en la distribución de recursos: los diferentes tipos de programa deben recibir un nivel de recursos (monetarios, técnicos y de ubicación en el palimpsesto) más allá de lo que dictan las leyes del mercado televisivo.

2.1. Aspectos metodológicos

Para considerar el grado de diversidad cultural que la Televisión Pública expresa desde la planificación de su programación y desde lo que efectivamente muestra en su pantalla, este estudio se ocupó de registrar, tanto en las grillas de programación como en la pantalla, el abanico de públicos destinatarios de los distintos programas que ofrece la emisora y de la variedad de géneros y formatos destinados a esos públicos, la variedad de regiones del país que son tematizadas por la programación, desde distintos formatos y horarios, el contenido específico destinado a niños, niñas y adolescentes y la cantidad de horas que se le dedica, tal cual lo estipula la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el respeto y la promoción de la diversidad de géneros y la inclusión de contenidos destinados a personas con distintos tipos de discapacidad. Del mismo modo, se puso especial énfasis en registrar de qué modo en aquellos programas que no fueran específicamente de noticias se tratan los temas de interés público. Los indicadores utilizados para relevar estos aspectos de la diversidad fueron los siguientes:

A. Normas guías de buenas prácticas para el respeto de la diversidad cultural.

B. Diversidad de públicos por edad en grilla de programación.

C. Diversidad poblacional y cultural de regiones del país en la programación.

D. Diversidad de identidades de género y orientación sexual reflejadas en la programación.

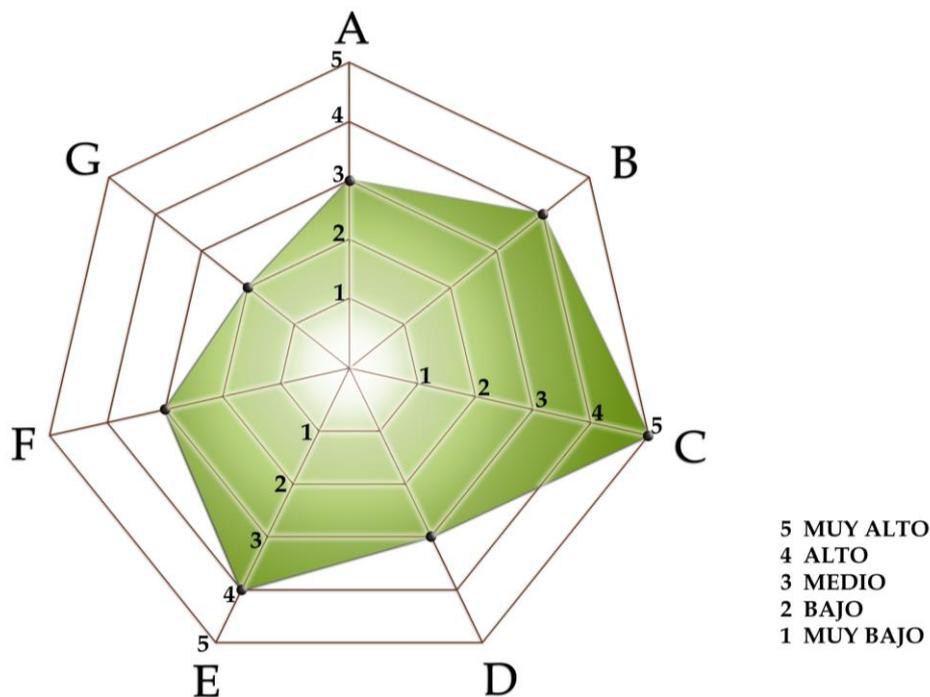
E. Programación con contenidos que promueven la inclusión de personas con discapacidad y favorecimiento de su acceso al consumo.

F Programación con contenidos que promueven la inclusión de personas con discapacidad y favorecimiento de su acceso al consumo.

G. Diversidad de opiniones en temas de interés público.

2.2. Medición

Gráfico 2. Resultados de la dimensión de diversidad cultural



- A. Normas guías de buenas prácticas para el respeto de la diversidad cultural
- B. Diversidad de públicos por edad en grilla de programación
- C. Diversidad poblacional y cultural de regiones del país en la programación
- D. Diversidad de identidades de género y orientación sexual reflejadas en la programación
- E. Programación con contenidos que promueven la inclusión de personas con discapacidad y favorecimiento de su acceso al consumo
- F. Consumos culturales y formación de niños y adolescentes en la programación
- G. Diversidad de opiniones en temas de interés público

A. Normas guías de buenas prácticas para el respeto de la diversidad cultural

El impulso para consolidar una perspectiva diversa para la propuesta de contenidos de una emisora pública debe ser parte de una acción sistemática de quienes la conducen. En tal sentido, no alcanza con que la pantalla refleje contenidos diversos, sino que además es de esperar que se efectivicen procesos de sistematización de las directrices que apuntan a tal objetivo, para consolidar la perspectiva en el tiempo. Es por eso que este trabajo se propuso

indagar sobre la existencia de dichos procesos, para lo cual dispuso de las siguientes variables:

1) Se verifica en la emisora la existencia de documentos que sistematizan políticas de promoción y respeto de la diversidad cultural.

2) se verifica mediante entrevistas a representantes de los trabajadores del periodismo la existencia de criterios compartidos y consensuados respecto de buenas prácticas

3) se verifica mediante entrevistas y documentación en la Defensoría del público la participación en acciones de capacitación/concientización con el personal de la emisora

Luego del análisis de los elementos reunidos, se verificó la existencia de políticas de promoción y respeto de la diversidad cultural, pero las mismas no están sistematizadas en documentos a tal fin. Por ejemplo, es posible registrar esas directrices en los expedientes que, para la aprobación de cada uno de los programas que emite la Televisión pública, su dirección le eleva al Directorio de Radio y Televisión Argentina. Sin embargo las propias autoridades del canal reconocen que no se ha hecho el suficiente esfuerzo por sistematizar esas directrices en documentos que permitan compartirlas con el conjunto de los actores de la emisora con responsabilidades sobre la programación. También se observó positivamente la participación del personal de la emisora en acciones de capacitación y/o concientización realizadas por la Defensoría del Público. Ahora bien, no se observó la existencia de criterios compartidos y consensuados de buenas prácticas en torno a la diversidad por parte de los profesionales del área periodística. Si bien es cierto que, en el particular, existe desde hace años un Consejo consultivo de los profesionales de prensa destinado a la discusión de criterios comunes con las autoridades del área, según reportan los trabajadores ese órgano no ha sido tomado en cuenta por la actual conducción del canal. De lo compulsado, el nivel con el que se califica a este indicador es medio.

B. Diversidad de públicos por edad en grilla de programación

En virtud del compromiso que una emisora pública debe tener con la satisfacción de la demanda de contenidos audiovisuales por parte de públicos de distintas franjas etarias, el presente estudio se ocupó de evaluar en qué medida esas demandas diversas estaban satisfechas. A tal efecto, se diseñó un instrumento que permitiera analizar las grillas de programación poniendo en relación cuatro franjas de público posibles (infantil, adolescente, adulto y mayores) con contenidos que apuntaran al entretenimiento, la formación y la información de esos cuatro grupos. Para ponderar este indicador se contemplaron las siguientes variables:

- 1) Se verifica en las grillas realizadas por la gerencia artística o legajos de la programación que esta contempla como destinatarios principales a cada uno de los cuatro grupos de edad (público infantil, adolescente, adultos y mayores).
- 2) Según la visualización de pantalla, la programación diaria contempla como destinatarios principales a cada los cuatro grupos de edad (público infantil, adolescente, adultos y mayores)
- 3) Se verificará en los registros de la Administración federal de servicios de comunicación audiovisual que la emisora presenta regularmente las declaraciones juradas correspondientes y no ha recibido sanciones por incumplimiento de la grilla horarias.

Según el material analizado, se constató que en las grillas analizadas se hace efectiva la inclusión de los cuatros grupos de edad (infantil, adolescente, adultos y mayores) como público destinatario de los programas. También se verificó esto en visualización en pantalla, mediante relevamiento frecuencial, tal como expresa la Tabla 8. Que da cuenta de la frecuencia de programas que apuntan a cada segmento de edad. Es de advertir que los datos no expresan una distribución porque varios de los programas alcanzan a más de un segmento etario y por lo tanto las frecuencias pueden superponerse. Sólo se encontraron en AFSCA registros que dan cuenta del incumplimiento de la grilla horaria en algunas ocasiones. Por lo tanto, el nivel con el que se califica a este indicador es alto.

Tabla 8. Público destinatario de la programación según visualización de contenidos

Público destinatario	Frecuencia
Niños	11,7%
Adolescentes	20%
Adultos	84,2%
Mayores	65,8%

C. Diversidad poblacional y cultural de regiones del país en la programación

Además de la diversidad en cuanto a la propuesta de contenidos para las distintas franjas etarias, también es dable exigir a la Televisión pública que presente una programación que tematice o haga alusión a las distintas regiones del país, a sus problemáticas específicas, a sus costumbres y a su identidad cultural particular. En tal sentido, fue tarea de este estudio registrar la presencia en la pantalla de contenidos que dieran cuenta de ese mapa, a los efectos de incluir en la programación de la emisora a la mayor cantidad de ciudadanos del país. Para ello, se contemplaron las siguientes variables cuya observación arrojó un resultado muy alta de este indicador:

- 1) *En la grilla se registran programas que tematizan expresiones culturales de las distintas regiones.*
- 2) *La pantalla ofrece contenidos alusivos a las regiones en la visualización (que no constituyen su issue principal)*
- 3) *La grilla ofrece contenidos producidos o coproducidos en diferentes regiones del país (según pantalla o fichas artísticas)*

En tal sentido, se observó en la visualización de pantalla la tematización de expresiones culturales de distintas regiones así como contenidos alusivos a las mismas, si bien con predominancia de la región Metropolitana y la Pampeana. Programas como Vivo en Argentina, Cocineros Argentinos o el noticiero agropecuario Pampero TV tienen dentro de sus contenidos principales el objetivo expreso de referir, desde sus características y estéticas particulares, a las distintas regiones del país. Además, en las grillas de programación se verificó la existencia de contenidos producidos o coproducidos en las diferentes regiones del país, como parte de programa de fomento a las producciones locales llevado a cabo por Banco de Contenidos Audiovisuales Universal Argentino, BACUA.

Tabla 9. Regiones del país tematizadas durante la programación según visualización de pantalla

Región tematizada	Frecuencia de tematización en la pantalla
Noroeste	9,8%
Noreste	11,4%
Cuyana	10,6%
Pampeana	26%
Patagónica	18,7%
Metropolitana	43,9%

Tabla 10. Regiones del país aludidas durante la programación según visualización de pantalla

Región aludida	Frecuencia de alusión en la pantalla
Noroeste	13,8%
Noreste	17,9%
Cuyana	8,1%
Pampeana	26%
Patagónica	16,3%
Metropolitana	34,1%

Tabla 11. Inclusión en grillas de programación de contenidos producidos o coproducidos por las distintas regiones del país

Región de Argentina	Frecuencia en grillas de programación
Metropolitana	21,1%
Noroeste	15,8%
Noreste	15,8%
Cuyana	15,8%
Pampeana	21,1%
Patagonia	21,1%

D. Diversidad de identidades de género y orientación sexual reflejadas en la programación

Los avances registrados en nuestro país, en los últimos años, en relación con el respeto y la promoción de la diversidad de género tienen ya amplio reconocimiento y consenso. La ley de matrimonio igualitario, la Ley de identidad de género o incluso políticas locales como el cupo en las plantas del estado para personas trans en varios distritos de nuestro país son claras muestras de ese avance. En tal sentido es de esperar que la Televisión pública adopte para sí esos criterios de respeto y promoción y los traslade a su pantalla, no solo desde contenido que promuevan la visibilización de la diversidad de género, sino también evitando alusiones peyorativas a formas no hegemónicas de experimentar la identidad sexual. Para dar cuenta de este indicador, se diseñaron las siguientes variables:

1) *La programación exhibe contenido sobre diversidad, a) sexual y b) de género.*

2) *Ausencia de tratamiento peyorativo:*

a) en las noticias vinculadas a actos de discriminación sexual y de género se presentan como tales y no son presentadas bajo la forma de "opiniones" controvertidas;

b) No se registran contenidos de tipo sexista;

c) No se registran expresiones que incurran en epítetos, estigmatizaciones, burlas u otras formas directas e indirectas de discriminación.

3) *se verifica en pantalla y en grillas de los últimos seis meses que existe programación que trabaje específica y positivamente en la promoción de la diversidad sexual o de género.*

Del análisis de los diversos materiales disponibles pudo establecerse que, por ejemplo, en la visualización de pantalla se observó la exhibición de contenidos sobre diversidad sexual y de género en sus distintas expresiones. Ahora bien: en un 1,6% de la programación observada se apreciaron referencias negativas a la diversidad sexual, y un 2,4% de referencias sexistas sobre género, destacándose que la totalidad de estas

menciones se observaron en el programa “Cocineros Argentinos”. No obstante, un 6.5% de los programas visualizados incluyeron referencias positivas o de promoción de la diversidad sexual y/o de género, localizándose este contenido principalmente en el programa “Vivo en Argentina” y los informativos “Visión 7” en distintas emisiones. Por lo tanto, la evaluación para el presente indicador es media.

Tabla 12. Referencias a diversidad sexual durante la programación

Sexualidad referenciada	Frecuencia
Homosexualidad	4,9%
Lesbianismo	3,3%
Bisexualidad	0,8%
Otros	0,8%
Heterosexualidad	3,3%

Tabla 13. Referencias a diversidad de género durante la programación

Género referenciado	Frecuencia
Transexualidad	3,3%
Intersexualidad	0,8%
Travestismo	2,4%
Transformismo	0,8%

Tabla 14. Referencias negativas y positivas a diversidad sexual y de género en programación

Referencias	Frecuencia
Referencias negativas o peyorativas a diversidad sexual	1,6%
Referencias negativas sexistas de género	2,4%
Referencias positivas o promoción de diversidad	6,5%

E. Programación con contenidos que promueven la inclusión de personas con discapacidad y favorecimiento de su acceso al consumo

De acuerdo con lo que lo enuncia el artículo 66 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, las producciones audiovisuales deben cumplir con criterios de accesibilidad (uso de subtítulos ocultos, audiodescripción y lengua de señas de Argentina) para que las personas con discapacidad y adultos mayores estén en condiciones de acceder a las producciones televisivas. Esta prerrogativa de la norma irradia, además, un espíritu sobre las empresas de comunicación audiovisual, especialmente las públicas, en orden a no solo dotar a sus pantallas de los recursos técnicos que las vuelvan accesibles, sino además a incluir en sus contenidos formas de integración de la discapacidad en la sociedad. Para evaluar este particular, se dispuso de las siguientes variables:

- 1) *En visualización, se verifica:*
 - a) *al menos una noticia o columna semanal sobre temas vinculados con discapacidad psicofísica;*
 - b) *presencia en pantalla de personas con discapacidad en roles no estereotipados,*
 - c) *inexistencia de epítetos, estigmatizaciones o expresiones estigmatizantes.*

- 2) *Se verifica mediante entrevista a informantes técnicos la existencia de dispositivos de accesibilidad en la producción de contenidos a la discapacidad auditiva (closed caption / lenguajes de señas) y / o visual (audiodescripción).*

- 3) *Accesibilidad a contenidos webs de la emisora.*

- 4) *Se verifica en los registros de AFSCA si la emisora ha presentado las declaraciones juradas correspondientes y no ha sido observada por incumplir este ítem.*

Se observó la presencia de noticias y otros contenidos sobre discapacidad psicofísica, así como la ausencia de alusiones negativas, considerándose que la totalidad de menciones sobre esta temática abarca el 4% de la programación visualizada. Además, se valora positivamente la existencia de dispositivos de accesibilidad a la pantalla (closed caption, audiodescripción), así como accesibilidad a contenidos web de la emisora. Como contraparte, se observaron incumplimientos sobre este aspecto ante AFSCA. Por lo tanto, el nivel alcanzado por este indicador es alto.

Tabla 15. Contenidos sobre discapacidad psicofísica según visualización de la programación

Contenidos	Frecuencia
Noticias sobre discapacidad psicofísica	1,6%
Columnas o secciones sobre discapacidad psicofísica	--
Presencia en pantalla de discapacitado psicofísico	0,8%
Alusión negativa	--
Otros contenidos sobre discapacidad psicofísica	1,6%
Programas sin contenido sobre discapacidad psicofísica	96%
Total	100%

F. Consumos culturales y formación de niños y adolescentes en la programación

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual consagra a las niñas, niños y adolescentes como ciudadanas y ciudadanos comunicacionales. Al mismo tiempo establece una protección especial y reforzada para la niñez y la adolescencia a través de medidas de distinto tipo, dando cumplimiento al artículo 17 de la Convención de los Derechos del Niño que ordena a los Estados a alentar a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para la niñez y a elaborar directrices apropiadas para

protegerla frente a toda información y materiales que puedan resultar perjudiciales para su bienestar. En tal sentido, la ley establece una programación mínima diaria destinada a ese público de no menos de 3 horas diarias. En virtud del especial interés que la normativa vigente pone en el respeto de los derechos de niños, niñas y adolescentes en tanto sujetos derecho a la comunicación, es que el estudio decidió poner especial énfasis en esa franja de público para evaluar la diversidad de la pantalla de la Televisión pública. Para ello, se consignaron las siguientes variables:

- 1) *Se verifica la existencia de programas para niños y adolescentes, según lo establecido en la legislación vigente (3 horas diarias).*
- 2) *Existen programas diferenciados para niños y adolescentes.*
- 3) *Se verifica el cumplimiento del horario de protección al menor en la programación entre las 6 y las 22 hs. (incluido el contenido de las tandas publicitarias):*
 - a) *Inexistencia de material de contenido sexual que no responda a fines pedagógicos o formativos;*
 - b) *exposición de escenas de alta violencia injustificadas por su relevancia pública.*
- 4) *Las publicidades que se emiten en horario ATP respetan directrices básicas: no se dirigen a los niños como sujetos consumidores ni como intermediarios.*
- 5) *Los noticieros resultan aptos para todo público y presentan notificaciones de advertencia ante contenido sensible.*
- 6) *Se respeta la privacidad de niños, niñas y adolescentes*
 - a) *evitando exhibir su rostro con cualquier otro fin que su identificación en casos de búsqueda de paradero,*
 - b) *no se exhiben imágenes de niños o niñas en situaciones de adultización y sensualidad inadecuada a su edad;*
 - c) *no se promueven formas de discriminación y estigmatización de niños, niñas y adolescentes.*

Se verificó en la visualización y en las grillas la existencia de 3 hs. diarias de programas para niños y adolescentes según lo establece la legislación vigente. También se apreció positivamente la existencia de programas diferenciados para niños y para adolescentes, por ejemplo, Una tarde cualquiera, destinado específicamente al público adolescente y que articula sus contenidos con el Ministerio de Educación de la Nación. También se verificó el respeto por la privacidad de los menores ocultando sus rostros y evitando su estigmatización cuando estos aparecían en pantalla. Ahora bien, se observaron

incumplimientos del horario apto para todo público, infringiendo la protección al menor así como la presencia en un 54,2% de los programas de avisos comerciales que interpelaban a los niños como consumidores o intermediarios (un 40,7% de las publicidades no se dirigían a niños y un 5,1% de los programas visualizados no tuvo tanga comercial). Asimismo se observó en la visualización que un 34,8% de los programas informativos emitidos en horario apto para todo público no incluyó placa de protección al menor, así como se incluyeron casos de violencia en un 4,9% de estos noticieros y el mismo porcentaje de contenidos sexuales. Como resultado de la contrastación de las variables, el resultado para este indicador es medio.

Tabla 16. Presencia de niños en pantalla según visualización de programación

Modo de presencia	Frecuencia
Se ocultaron sus rostros (salvo infantiles o búsqueda de paradero)	2,4%
Se los mostró en situación adulta	-
Se los mostró en situación sensual	-
Sin estigmatización o discriminación a niños	97,6%

Tabla 17. Proporción de programas que respetan el horario de protección al menor

Protección al menor	Frecuencia
Respeto el horario	92%
No respeta el horario	8%
Total	100%

Tabla 18. Tipo de publicidades en su interpelación a los niños según visualización

Tipo de publicidad	Frecuencia dentro de la programación
Se dirigen a los niños como consumidores o intermediarios	54,2%
No se dirigen a los niños como consumidores o intermediarios	40,7%
No se emitieron publicidades durante el programa	5,1%
Total	100%

Tabla 19. Infracciones a la protección al menor visualizadas en programas informativos

Infracción	Frecuencia
Presenta casos de violencia en horario de protección al menor	4,9%
Presenta contenido sexual en horario de protección al menor	4,9%
No se mostró placa de protección al menor en informativo	34,8%

G. Diversidad de opiniones en temas de interés público

El virtud de la trascendencia como referencia que la pantalla del principal canal público del país tiene para el resto del sistema de medios audiovisuales, públicos y privados, y atendiendo al equilibrio que debe primar en el tratamiento, en esa pantalla, de los temas de relevancia pública, sean estos tratados o no con el formato de noticias, es que este trabajo se propuso analizar la forma en que los distintos programas que no fueran estrictamente periodísticos se dieron a intervenir sobre la agenda pública, el modo en el que lo hicieron y la cantidad de miradas que incluyeron en ese tratamiento, indispensables estas para construir esa mirada equilibrada a la que todo medio debe aspirar. Para ello, se contemplaron las siguientes variables:

- 1) *Se registra una frecuencia predominante de "idea-viewpoint diversity" en el tratamiento de temas de relevancia pública (variable dicotómica que mide la presencia/ausencia de diferentes perspectivas en cada unidad de análisis: notas/noticias)*
- 2) *Predomina la apelación a, al menos dos fuentes distintas (identificadas explícitamente) por pieza.*
- 3) *En el rol asumido por los profesionales (periodistas, conductores, animadores, etc.) que representan a la emisora en la pantalla: a) Predomina el estilo orientado a la información (valoración neutra, ausencia de adjetivaciones, género descriptivo) b) En caso de asumir un estilo interpretativo o de opinión, predomina la presentación explícita de las opiniones en tanto que tales.*

Se registra una baja frecuencia de perspectivas diversas en temas de relevancia pública: un 4,4% de la programación incluye dos o más perspectivas en temas de relevancia pública y, dentro de los programas que abordan estas temáticas, el 80% presenta una perspectiva única. Además, predomina el recurso a la fuente única al tratar temas de relevancia pública, con un 64,7% de noticias de este tipo que sólo utilizan una fuente, mientras que el 35,3% de las mismas apelan a dos o más fuentes. En cuanto al rol asumido por los profesionales (periodistas, conductores, etc.), se observó en la visualización que en un 38,1% de los temas de relevancia pública se abordaba con rol de opinión, y un 23,8% con estilo informativo. En la visualización se observó que el programa con más tendencia a la perspectiva única, con una sola fuente de referencia y rol de opinión en sus conductores o periodistas, es "6-7-8", seguido por "Vivo en Argentina".

Resulta necesario incorporar en este punto algunas consideraciones. La primera es que, como se señaló en el apartado metodológico, este indicador no incluye a los programas periodísticos y noticieros, para los que diseñó una herramienta específica que midiera el modo de tratar las noticias políticas.

La segunda, es que la ponderación de la diversidad de miradas respecto de los temas de interés público se produce en un contexto de alta intensidad del debate político y cultural en Argentina, en el que es menester aclarar que muchos actores del sistema de medios nacional tomaron posiciones marcadas y en el que se produjeron antagonismos claros y sostenidos en el tiempo. Es en ese contexto que, en muchos casos, los contenidos de la TV Pública referidos a esos temas se incorporaron a esa dinámica. Si bien no son universos comparables, porque en el estudio que vamos a citar sí se analizan noticias, no parece casual que en el último monitoreo de los noticieros de canales de aire realizado por la Defensoría del Público (que corresponde al año 2014) el 79,2% de las noticias tenga una o ninguna fuente citada. Este dato, más allá de evaluar la pericia de los cronistas, es indicador también de un contexto marcado por la toma de posición más que por el equilibrio informativo.

Por otra parte, este tipo de intervenciones no son ajenas a una tradición polemista de la televisión local, que está nutrida de casos de programas “insignia” de determinados contextos políticos y culturales del país en la historia reciente; si bien esto no matiza el resultado obtenido en este indicador, sí lo incorpora en una tradición editorial que no es ajena al sistema de medios local.

Finalmente, también corresponde señalar que algunos programas cuya agenda trabaja sobre temas eventualmente controversiales, como Una tarde cualquiera (destinado a público adolescente, además) lo hace desde un equilibrio y un marcado esfuerzo editorial por relevar todas las posiciones posibles que es inusual para el sistema mediático argentino, al menos en televisión abierta.

Como resultado de la contrastación de las variables, el resultado para este indicador es bajo.

Tabla 20. Tratamiento de temas de relevancia pública en la totalidad de la programación

Tratamiento de temas de relevancia pública	Frecuencia
Se incluyó tema con perspectiva única	17,8%
Se incluyó tema con dos o más perspectivas	4,4%
El programa no incluyó temas de relevancia pública	77,8%
Total	100%

Tabla 21. Cantidad de perspectivas cuando se tratan temas de relevancia pública en la programación

Tipo de tratamiento	Frecuencia
Perspectiva única	80%
Dos o más perspectivas	20%
Total	100%

Tabla 22. Cantidad de fuentes incluidas cuando se tratan temas de relevancia pública en la programación

Cantidad de fuentes	Frecuencia
Fuente única	64,7%
Dos o más fuentes	35,3%
Total	100%

Tabla 23. Rol del periodista o conductor del programa ante un tema de relevancia pública

Rol del periodista o conductor	Frecuencia
Opinar	38,1%
Informar	23,8%
Entretener	19%
Concientizar	19%
Total	100%

Capítulo 3

Cobertura geográfica y plataformas

Esta dimensión busca indagar si la emisora pública cumple con el principio de cobertura nacional, es decir, garantizar el acceso de toda la ciudadanía a sus contenidos. El principio de acceso universal e igualitario es fundamental, ya que como indica Martín Jesús Barbero (2001), puede considerarse como televisión pública aquella que interpela al público, incluyendo al consumidor en tanto que ciudadano. Por lo tanto, asegurar la recepción de toda la ciudadanía en igualdad de condiciones, sin discriminar por ubicación geográfica, es un pilar de la radiodifusión pública.

En relación a esa obligación que la TV Pública tiene con la ciudadanía *“lo fundamental es que la emisora devuelva a cada comunidad de la que reciba recursos un servicio que sea útil para dicha comunidad y haga que la misma se sienta representada en la programación”* (Bucci, et al., 2012: 28)

Estas consideraciones parten del concepto de “servicio público”, el cual ha tenido transformaciones a lo largo de la historia y que, si bien no cuenta con una definición unívoca, plantea algunos principios sobre objetivos y obligaciones. Sobre este aspecto, hay un cierto consenso entre los autores acerca de una tríada que los organiza: *igualdad/universalidad, continuidad y cambio*.

Al respecto, Guillermo Mastrini (2013) los describe y explica:

El primero remite a que la política pública debe garantizar al conjunto de la ciudadanía de la disponibilidad de los servicios, que debe ser ofrecido a todos en igualdad de condiciones. En algunos casos, este principio ha sido consagrado como “universalidad”. El segundo principio procura garantizar la continuidad: dado que es un servicio esencial, el Estado debe garantizar la prestación en forma constante. Finalmente, el principio de cambio se relaciona con la necesaria actualización del servicio, para que los ciudadanos puedan disponer del mejor servicio posible”. (Mastrini, 2013: 55)

Se trata de servicios que son reconocidos socialmente como esenciales para la ciudadanía y el interés general. Por lo tanto, el Estado adquiere un rol particular para garantizarlos, ya sea tomando a su cargo la prestación de forma directa, o bien, si delega el mismo en privados, desde la organización y control del sector, estableciendo pautas,

regulando tarifas, etc. Estos principios también son aplicables y trasladables a los servicios de comunicación audiovisual.

Al momento de pensar estos conceptos en relación a la comunicación audiovisual, Antonio Pasquali (1991) propone por su parte una serie de requisitos que un servicio público de radiodifusión debería cumplir. Se retoman aquí aquellos relacionados con la cobertura geográfica y plataformas del servicio:

III) Toda radiodifusión pública es por definición de alcance nacional. Ella presta exactamente el mismo servicio a todos los contribuyentes y usuarios de un país, garantizando al capitalino y al habitante del más alejado recodo geográfico que recibirán los mismos programas en las mismas condiciones; lo cual requiere una infraestructura capilar y costosa de cobertura de señal. De no llenar este requisito, ella repetiría agravado por el hecho de originarse en el sector público, el mismo gesto irrespetuoso de la radiodifusión comercial: de discriminar al receptor por su poder adquisitivo (...)

VIII) La radiodifusión pública dispone de infraestructuras modelo y asegura al usuario el disfrute de todos los avances tecnológicos que puedan mejorar los standards de emisión y recepción. (Pasquali, 1991)

A partir de estas definiciones se encuentra de qué forma se adaptan los principios de servicio público a la radiodifusión, en particular a lo relacionado con el acceso y cobertura de la ciudadanía.

Sin embargo, es importante tener en cuenta a su vez un nuevo escenario en el sector info-comunicacional, que en las últimas décadas ha transformado las formas de transmisión, producción y consumo de las industrias culturales, y dentro de ellas el audiovisual. En este contexto es importante destacar la digitalización, es decir, la transformación de productos analógicos a digitales, que habilitó la convergencia tecnológica entre las telecomunicaciones, el audiovisual y la informática. Estas transformaciones impactan tanto a radiodifusores privados como públicos, lo que redefine a su vez el concepto de “cobertura nacional”, que deberá abarcar a su vez las nuevas plataformas de distribución de contenidos que plantean las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Sobre estos nuevos desafíos, Enrique Bustamante (2010) evalúa el desempeño que podría tener una emisora pública:

Las nuevas televisiones emergentes, en soportes como el cable o el satélite o pronto como la televisión digital hertziana, cuestionan efectivamente las dimensiones y distribución tradicional de los canales públicos. Los canales y servicios de pago contribuyen también poderosamente a comer a las televisiones públicas su terreno tradicional, en la medida en que ofrecen programas de calidad, aunque sean para sectores sociales dispuestos a

pagar por su disponibilidad y consumo. El repliegue y estancamiento de la televisión pública sobre sus soportes y ofertas clásicas significaría indudablemente su retroceso y marginación a medio-largo plazo. Se pondría en cuestión también su capacidad de liderazgo de la innovación tecnológica, ya dificultada por su debilidad financiera. (Enrique Bustamante, 2010: 69-70)

Estos aspectos presentan una nueva tensión para las emisoras públicas, ya que requieren de financiamiento para tener una política activa de presencia y expansión en los medios digitales, lo que implica cambio y actualización constante. En palabras de Guillermo Mastrini (2013):

No es arriesgado indicar que uno de los mayores desafíos para los servicios públicos de radiodifusión es encontrar un espacio en el nuevo ecosistema de medios digitales. Si como se ha visto hasta ahora, los servicios públicos enfrentan una crisis de legitimidad en el entorno analógico resulta clave que rápidamente tengan una propuesta creativa para su inclusión en el entorno digital, tanto para el reparto del espectro como para una activa participación en los nuevos canales de comunicación como Internet. (Mastrini, 2013: 64)

Desde una perspectiva de interés público y la libertad de expresión, el compromiso de los medios públicos con la innovación en esas plataformas está íntimamente ligado con la promoción de un espacio público más plural y participativo. No obstante ello, Boullier (2012) advierte que:

El todos conectados con todos no define una ciudadanía ni una comunidad, sino sólo un estado tecnológico potencial (si es real, es la congestión ya experimentada en ciertos momentos y determinados lugares). Queda claro que la digitalización permite igualar potencialmente las opiniones de los representantes y de los representados, los soportes técnicos de unos y otros, fichas de servicios técnicos o fotografías de ciudadanos. Pero equivalencia por el debate y por la transformación del proyecto no significa falta de decisión de hecho. Es un espacio material compartido que se puede construir y supone la modificación de las dimensiones del espacio público, su número, la calidad y la plasticidad de los actores que lo constituyen. Esto no quiere decir que se vaya a hacer inevitablemente, ni que las decisiones políticas serán más ilustradas o mejores. Ofrece nuevas oportunidades a problemas a veces antiguos de reforzamiento de la democracia". (Boullier, 2010:78)

Por último, otro aspecto relevante y relacionado con la cobertura geográfica y las plataformas es la presencia de contenidos de la emisora pública en otros países de la región (y viceversa). Esto requiere de una política activa de cooperación por parte de la TV Pública con otras señales nacionales, regionales e internacionales, para convertirse a su vez en

ventana de otras producciones, ofrecer a su audiencia esos contenidos y extender los propios a otras pantallas.

Sobre este punto, es importante conocer la mirada de Martín Jesús Barbero (2001):

Ahora bien, ¿qué tipo de políticas de comunicación son practicables hoy en el plano regional latinoamericano? Unas políticas que, en primer lugar, posibiliten, la circulación de producciones y programas entre todos los países de la región, y no sólo de telenovelas cuya circulación gestiona el mercado sino todas aquellas otras producciones y creaciones que en el ámbito del documental y la ficción histórica, de la experimentación en vídeo y la investigación cultural se hacen en todos los países de la región. La comunicación empieza por ahí, por la presencia en las televisiones públicas de cada país de las creaciones culturales de los otros países. (Barbero, 2001)

La TV digital en la Argentina y el rol de la TV Pública

La transición de la televisión analógica a la digital es un momento crítico también para los medios públicos, ya que requiere de grandes inversiones, tanto para el equipamiento de transmisión como para la reconversión tecnológica necesaria en la producción de contenidos. En la Argentina hubo demoras, marchas y contramarchas en la elección de la norma de transmisión de la televisión digital terrestre, que finalmente fue oficializada a través del Decreto 1148/09⁸. De esta forma se optó por el estándar brasileño-japonés ISDB-T en agosto de 2009, se creó el Consejo Asesor del Sistema Argentino de la Televisión Digital Terrestre⁹ y se estableció un plazo de 10 años (2019) como fecha del apagón analógico (el mismo plazo definido a nivel mundial).

Al año siguiente, se declaró de interés público la Plataforma Nacional de Televisión Digital Terrestre y designó a la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales S.A. (ARSAT), cuyas acciones pertenecen al Estado nacional, como responsable de garantizar los servicios de transporte de señales y sus correspondientes enlaces para el desarrollo, implementación y operatividad de la infraestructura (Decreto 364/2010). A estas funciones se agregó la de ser operador de infraestructura de multiplex un año después, a través del Decreto 835/2011.

En este proceso de transición hacia la televisión digital, la TV Pública tuvo un rol clave, ya que fue la primera emisora en transmitir de forma regular. El Decreto 1010/2010

⁸ Para más información sobre el proceso que dio origen a la selección de la norma ver: Mastrini, G; Becerra, M; Bizberge, A y Krakowiak, F. (2012). "El Estado como protagonista del desarrollo de la TDT en Argentina". En revista Cuadernos de la Información N° 31. Pontificia Universidad Católica de Chile.

⁹ <http://www.tda.gob.ar/tda/141/11165/consejo-asesor.html>

habilitó a Radio y Televisión del Estado (RTA) a emitir señales propias o de terceros, de forma gratuita.

Esta política otorgó un rol fundamental a la emisora pública para encabezar el proceso de la televisión digital terrestre en el país. Esta medida representa un contraste y un cambio de paradigma al comparar con las políticas adoptadas durante la década de 1990 que, en materia de cobertura nacional y plataformas de transmisión, había desfinanciado a la TV Pública. De hecho, se había profundizado el rol subsidiario del Estado que establecía el Decreto-Ley 22.285 entonces vigente, es decir, que sólo prestaría servicio en aquellos lugares donde no hubiese interés de privados.

Un primer paso para modificar esta política fue el Decreto 2368/2002, firmado por el presidente interino Eduardo Duhalde.

Con esta medida se modifica el artículo 33 de la Ley de Radiodifusión, que disponía la prohibición de transmisión de Canal 7 en las zonas con presencia de privados. El nuevo decreto permite que el Poder Ejecutivo determine las zonas del interior del país donde se ubicarán las repetidoras de la señal televisiva. (Baladron, 2009:334-335)

A partir de 2003, paulatinamente, se comenzaron a instalar nuevas repetidoras en distintas zonas del país para permitir que la señal abierta y analógica llegara a más lugares del territorio nacional. Como se mencionó, unos años después, la reconversión tecnológica hacia la televisión digital puso en el centro de la escena a la emisora pública.

3.1. Aspectos metodológicos

Para dar cuenta de la situación de la emisora pública argentina respecto de la cobertura geográfica, su inserción y desarrollo en materia de nuevas plataformas de transmisión y su política de cooperación con otras señales nacionales, regionales e internacionales se desarrollan 5 indicadores:

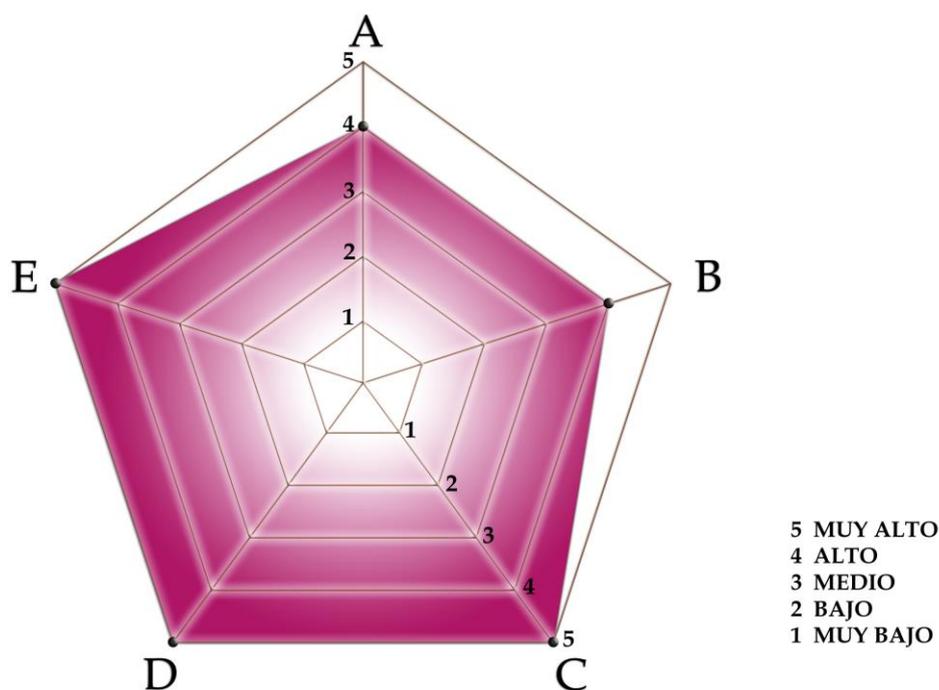
- A. La emisión puede ser sintonizada en todo el territorio nacional**
- B. La emisora suscribe convenios con otras emisoras públicas nacionales e internacionales**
- C. La programación de la emisora se transmite a través de un sistema de señales digitales gratuito y de amplio acceso**
- D. Las emisiones son transmitidas a través de portales abiertos de internet**

E. Se observa la presencia de una política específica en relación a la implementación de nuevas tecnologías y logra mantenerse actualizada en ese campo

Estos indicadores son operacionalizados en un conjunto de variables para permitir relevar de modo contrastable la emisión de la señal en todo el país, la calidad de la misma, su actualización en materia tecnológica, su desarrollo en internet y la cantidad de convenios de cooperación rubricados entre 2012 y 2015. Las técnicas de relevamiento incluyen visitas a las instalaciones de la TV Pública y ARSAT (la empresa que brinda el servicio de transmisión), entrevistas a autoridades y técnicos de las dos empresas, análisis de documentos internos y externos, pedidos de acceso a la información pública a organismos externos y de control de la emisora, visualización de streaming, archivos online y aplicaciones, entre otras. Se releva el equipamiento tecnológico con el que cuenta la emisora, la calidad y cobertura de sus transmisiones en todos los soportes, la cantidad de convenios de cooperación celebrados, la existencia de reclamos o sanciones por el incumplimiento de sus obligaciones sobre cobertura nacional y su política de expansión y actualización en medios digitales.

3.2. Medición

Gráfico 3. Resultados de la dimensión de cobertura geográfica y plataformas



- A. Emisión sintonizable en todo el territorio nacional
- B. Suscripción de convenios con otras emisoras públicas nacionales e internacionales
- C. Transmisión de programación por sistema de señales digitales gratuito y de amplio acceso
- D. Emisiones transmitidas por portales abiertos de internet
- E. Política de implementación de nuevas tecnologías

A. La emisión puede ser sintonizada en todo el territorio nacional

Este indicador busca establecer en qué medida la TV Pública cumple con el principio de cobertura nacional que debe brindar un servicio público de radiodifusión. Para ello se indaga, en primer lugar, sobre las formas de transmisión de la señal en abierto para constatar si garantiza cobertura en todo el territorio nacional (universalidad/igualdad). En segundo lugar, se releva la existencia de reclamos por parte de la ciudadanía ante la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual y si se registran multas, sanciones o apercibimientos por parte de la autoridad de aplicación, Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) relacionados con acceso y continuidad del servicio (es decir, que la transmisión sea recibida, no tenga cortes, cambios de contenidos sin anunciar, etc.).

1) Se verifica mediante entrevista técnica (informante interno a la emisora) y asesoramiento experto (informante externo a la emisora) la sintonización la señal de la

emisora en las 6 regiones: Noroeste, Noreste, Cuyana, Pampeana, Patagónica y Metropolitana.

Con el objetivo de dar cuenta de esta variable se recurre a entrevistas con personal técnico de la emisora y con personal responsable de la plataforma de la Televisión Digital Abierta (TDA) de ARSAT, la empresa encargada de brindar la infraestructura de transmisión digital. Además de las entrevistas se tiene acceso a documentación e informes de ambas empresas que dan cuenta de los estándares de transmisión, calidad y cobertura. A su vez, se visita la Estación Terrena Benavidez de ARSAT y se accede a la sala de monitoreo permanente del servicio digital.

En la actualidad, la señal de la TV Pública se transmite en abierto tanto por el sistema analógico (hasta que se complete la migración a la TDT) como en digital. A su vez, el canal tiene presencia en el 100 por ciento de las grillas de los cableoperadores de TV paga del país.

La señal de televisión abierta analógica de la TV Pública es retransmitida por 273 repetidoras en el territorio nacional. La transmisión digital se realiza a través de la Televisión Digital Abierta (TDA)¹⁰, una plataforma de TV del Estado nacional gratuita que ofrece también otras señales públicas y privadas. La TDA tiene cobertura sobre el 100 por ciento del país a través de dos sistemas de transmisión: terrestre y satelital. Para la transmisión terrestre cuenta con más de 80 Estaciones Digitales de Transmisión (EDT) operativas, ubicadas¹¹ en las principales ciudades del país y que ofrecen cobertura a más del 82 por ciento de la población. Los lugares que no cuentan con cobertura terrestre reciben el servicio a través de la señal satelital que transmite el satélite geostacionario argentino de telecomunicaciones ARSAT-1¹², que tiene cobertura sobre todo el territorio nacional, incluyendo las Islas Malvinas y la Península Antártica.

Si bien no es una política que depende de la TV Pública, cabe destacar que el Estado nacional también realiza acciones orientadas no sólo a la emisión gratuita de la señal digital sino también a promover la adopción y recepción del servicio¹³. Para ello se desarrollan planes de acceso con la entrega de decodificadores y kits satelitales (según la zona de cobertura) a beneficiarios para que puedan recibir la señal digital. Los destinatarios son personas en situación de vulnerabilidad (jubilados y pensionados con haberes mínimos, pensiones no contributivas, beneficiarios de planes sociales y de la Asignación Universal por Hijo –AUH-); establecimientos estatales que desarrollan actividades sociales, culturales,

¹⁰ Televisión Digital Abierta. (2015). [online] Disponible en: <http://www.tda.gob.ar/>

¹¹ Televisión Digital Abierta (2015). *Mapa de cobertura*. [online] Disponible en: <http://www.tda.gob.ar/cobertura.html>

¹² TDA Satelital. (2015). *Pisada del satélite Arsat-1*. [online] Disponible en: http://tdasatelital.arsat.com.ar/?page_id=24

¹³ Televisión Digital Abierta. (2015). *Mi TV Digital*. [online] Disponible en: <http://www.tda.gob.ar/tda/141/11635/mi-tv-digital.html>

educativas o de promoción de contenidos audiovisuales; y organizaciones sociales, asociaciones civiles sin fines de lucro, fundaciones o cooperativas.

A partir de la información relevada se confirma la emisión de la señal abierta de la TV Pública en todo el territorio nacional.

2) Se verifica en los registros de la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual y la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) que no existen reclamos persistentes y significativos sobre condiciones de cobertura.

Para tomar conocimiento sobre la existencia de reclamos de la ciudadanía acerca del acceso y las condiciones de cobertura de la TV Pública se relevan las multas, infracciones y reclamos publicados en los sitios web de la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual y AFSCA. También se realiza un pedido de acceso a la información (amparado en la Argentina a través del Decreto 1172/2003) solicitando esa misma información a los dos organismos. El período contemplado es desde 1 enero de 2012 hasta el 30 de junio de 2015.

Según el informe de la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual, en respuesta al pedido de acceso a la información realizado:

La Defensoría ha recibido 102 presentaciones que han manifestado tener algún problema para poder acceder en calidad de audiencia, a la programación de la TV Pública en todo el país.

La mayoría de las presentaciones han sido tramitadas en calidad de consultas y su solución alcanzada en el marco del diálogo y el trabajo conjunto con las áreas técnica y legal de RTA S.E. En contados casos se requirió la sustanciación de actuaciones: se trató de reclamos por transmisiones que se recibían a través de antenas repetidoras con desperfectos técnicos y no eran gestionadas por RTA S.E. sino por intendencias u otras instancias locales.

En relación a reclamos técnicos sobre cobertura geográfica, en AFSCA se registró un único caso, tramitado a través del Expediente N° 671/AFSCA/15 por una infracción al art. 85 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (regularidad y continuidad de las transmisiones y el cumplimiento de los horarios de programación). En el acta de Directorio N° 67 de AFSCA se resolvió un llamado de atención y un apercibimiento a la emisora pública.

Si bien existen reclamos, no son numerosos ni persistentes en el plazo de tiempo relevado y se verifica también la cobertura geográfica de la emisora en todo el territorio nacional, por lo tanto este indicador arroja como resultado "Alto".

B. La emisora suscribe convenios con otras emisoras públicas nacionales e internacionales

Entre las obligaciones que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual establece para RTA S.E., en su art. 122 figura la de “celebrar convenios de cooperación, intercambio y apoyo recíproco con entidades públicas o privadas, nacionales e internacionales, especialmente en los países integrantes del Mercosur”. Este principio busca promover la cooperación de la emisora pública con otras señales e instituciones del país, de la región y del mundo para intercambiar contenidos, tanto para enriquecer al canal como para llevar sus producciones a otras pantallas y espacios.

Para constatar si este principio se cumple se consulta a la TV Pública sobre la existencia de convenios de estas características, entre el 1 de enero de 2012 y el 30 de junio de 2015.

1) Convenios celebrados con emisoras nacionales.

-Consejo Federal de la Televisión Pública (incluye 25 canales)

-Biblioteca Nacional

Convenio de colaboración y asistencia recíproca para la difusión de contenidos audiovisuales de carácter histórico, educativo y cultural mediante la realización de un ciclo de 4 programas especiales sobre literatura.

- Aerolíneas Argentinas S.A.

Convenio marco de cooperación para la asistencia técnica y material para la cesión de parte de RTA S.A. de contenidos audiovisuales para su inclusión en los sistemas audiovisuales de pantallas de entretenimiento en aeronaves.

-Instituto Nacional de la Música

Convenio para el otorgamiento de espacios de difusión por la pantalla de TV Pública y Radio Nacional para promocionar la actividad del INAMU.

- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria

Convenio específico de cooperación técnica para la difusión de la muestra "INTA EXPONE CUYO 2015".

-Martín Subira

Contrato de producción de coproducciones realizadas conjuntamente con el MUSEO NACIONAL DE BELLAS ARTES y la BIBLIOTECA NACIONAL.

2) Convenios con emisoras latinoamericanas

-Encuentro de Medios Públicos de América Latina, EMPAL 2014

Carta compromiso para trabajar en conjunto, representantes de medios radiales y televisivos de 12 países de la región (Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Cuba, Chile, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela).

3) Convenios con emisoras del resto del mundo

-Televisión Central de China

Acuerdo para de cooperación para la distribución de CCTV Español a través del sistema TDA.

-Establecimiento Público de la Televisión Argentina

Memorándum de entendimiento para el intercambio recíproco de programas televisivos diversos sobre la vida política, económica, social, cultural y deportiva de ambos países.

Se verifican convenios en todos los ámbitos; sin embargo, a nivel regional se da cuenta de un único caso desde 2012 hasta la actualidad, por lo tanto la valoración es “Alto”.

C. La programación de la emisora se transmite a través de un sistema de señales digitales gratuito y de amplio acceso

Entre los principios del servicio público no sólo se establece la cobertura nacional (*igualdad/universalidad*) y la *continuidad* (que el servicio no tenga cortes o interrupciones) sino también el *cambio*, es decir, que los ciudadanos tengan acceso a las nuevas tecnologías e innovaciones del sector. Por esa razón, este indicador indaga sobre el grado de cobertura de TV Pública a través de la televisión digital en alta definición y si existe un marco normativo que así lo establezca.

1) Se verifica en los registros de ARSAT que la programación se transmite por un sistema de señales digitales con llegada a todo el territorio.

Además de los documentos (públicos e internos) que dan cuenta sobre la transmisión en digital, la entrevista realizada a personal técnico de la TV Pública y de ARSAT y la visita a la Estación Terrena Benavídez de ARSAT mencionados en el indicador A. de esta dimensión, se utiliza otra metodología para complementar las fuentes de información que permiten determinar la efectiva transmisión en todo el país. La aplicación Mapa TDA (<http://mapatda.arsat.com.ar/>) es una herramienta que brinda información ingresando una localización de cualquier lugar del país para consultar si en esa zona hay cobertura terrestre (de lo contrario se recibe por satélite), desde qué EDT se recibe señal y si está en funcionamiento.

En distintas fechas se ingresa a la aplicación online para solicitar información de distintas ubicaciones de las 6 regiones del país. Allí se consulta si las EDT estaban en funcionamiento en distintos lugares del país, en 10 fechas distintas, alternando los días de semana y los horarios en que se consultaban entre junio y septiembre de 2015. También se cruza la información obtenida con reclamos recibidos en TV Pública, ARSAT, AFSCA y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual en ese período. Durante el relevamiento no se verifica ningún corte en el servicio en ninguna localización del territorio.

2) Se verifica en la normativa de TDA la garantía explícita por ley/decreto de gratuidad del servicio.

A partir del relevamiento de la normativa relacionada el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre y la TV Pública, se observa en los considerandos del Decreto 1148/09 que lo crea y, entre los objetivos del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), la definición explícita de su gratuidad y universalidad (el subrayado es nuestro):

Que la empresa SISTEMA NACIONAL DE MEDIOS PUBLICOS SOCIEDAD DEL ESTADO, que opera la frecuencia de televisión LS82 TV CANAL 7, a través de sus áreas competentes, realizó en el país diversas pruebas para la implementación de un sistema de transmisión de un canal en alta definición, concluyendo que resulta de interés para la televisión pública poder acceder a todos los televidentes en forma libre y gratuita, ya sea con receptores fijos o móviles, para lo cual el sistema basado en el estándar denominado ISDB-T (Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial) o su versión Brasileña SBTVD-T se ajusta a tales premisas.

Que la puesta en funcionamiento de la alta definición en el servicio de radiodifusión implicará el acceso de manera gratuita a todos los usuarios del servicio, ampliándose el mismo a todos los argentinos.

Artículo 1º — Créase el SISTEMA ARGENTINO DE TELEVISION DIGITAL TERRESTRE (SATVD-T), basado en el estándar denominado ISDB-T (Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial), el cual consiste en un conjunto de patrones tecnológicos a ser adoptados para la transmisión y recepción de señales digitales terrestres, radiodifusión de imágenes y sonido.

El SISTEMA ARGENTINO DE TELEVISION DIGITAL TERRESTRE (SATVD-T) tiene como objetivos, entre otros:

d) Planificar la transición de la televisión analógica a la digital con el fin de garantizar la adhesión progresiva y gratuita de todos los usuarios.

Destacamos a su vez el permiso específico otorgado a la TV Pública en 2010 para desarrollar el Sistema Experimental de Televisión Abierta Digital. El Decreto 1010/2010, en su art. 1, le otorga a RTA S.E. el permiso para la instalación, funcionamiento y operación experimental de un sistema digital de distribución de señales a nivel nacional.

3) *Se verifica mediante entrevista con técnicos la emisión de la totalidad de la programación en HD.*

A través de entrevistas a personal técnico de TV Pública y ARSAT y la sintonización de la señal de la emisora pública en distintos días y horarios en el área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) se confirma la transmisión en alta definición del total de la programación de la emisora.

Por su parte, el relevamiento normativo da cuenta de la garantía explícita del servicio de forma gratuita y universal. En consecuencia, la información relevada acerca de las tres variables de este indicador permite establecer que la valoración es muy alto.

D. Las emisiones son transmitidas a través de portales abiertos de internet

La digitalización, la convergencia tecnológica y el crecimiento sostenido de la penetración de internet han multiplicado las plataformas y dispositivos a través de los cuales se accede a contenidos audiovisuales en el actual ecosistema info-comunicacional. Es fundamental que los medios públicos se adapten a este fenómeno, ofrezcan servicios equivalentes a los que ofrece el sector privado y también propongan nuevas innovaciones para brindar un servicio de calidad y actualizado en términos técnicos a la ciudadanía. Esto resulta fundamental para brindar contenidos de calidad a su público en todas las plataformas y formatos, ofrecer una propuesta con una lógica ciudadana y también desarrollar un contrato de lectura con las nuevas generaciones.

Para medir este indicador se realiza la visualización del sitio web de la emisora pública para evaluar la presencia de este tipo de contenidos, tanto en streaming como por videos y archivos de programación disponibles online.

1) Streaming

La TV Pública ofrece un servicio de streaming a través de su página web¹⁴ para ver su programación desde dispositivos conectados a internet. Se realizan visualizaciones en diferentes horarios del día para abarcar programas diversos de la grilla en distintos días de la semana entre junio y septiembre de 2015 con una frecuencia de 5 horas semanales.

2) Videos y archivos de programación disponibles on line suministrados por la emisora de modo regular

La TV Pública también ofrece la opción de ver programas ya emitidos a través de la mediateca¹⁵ disponible en su sitio web y su canal en la plataforma de videos en línea Youtube¹⁶. En este caso se observa la continua y casi inmediata actualización de la mediateca y el canal de Youtube, en especial en los materiales informativos, como así

¹⁴ TV Pública. (2015). *Vivo*. [online] Disponible en: <http://www.tvpublica.com.ar/vivo-2/>

¹⁵ TV Pública. (2015). *Mediateca*. [online] Disponible en: <http://www.tvpublica.com.ar/mediateca/>

¹⁶ You Tube. (2015). *TV Pública Argentina*. [online] Disponible en: <https://www.youtube.com/user/TVPublicaArgentina>

también en las ficciones propias. Las únicas restricciones que se observan tienen relación con contenidos cuyos derechos de transmisión no pertenecen a la emisora pública. Los datos obtenidos permiten valorar este indicador como “Muy alto”.

E. Se observa la presencia de una política específica en relación a la implementación de nuevas tecnologías y logra mantenerse actualizada en ese campo

Este indicador apunta también a corroborar cuestiones relativas al *cambio*, entendido como la adaptación y actualización a las nuevas tecnologías y sistemas de transmisión del sector. Para ello es fundamental no sólo la transmisión de la señal de la emisora pública en digital y alta definición, sino también el equipamiento necesario a la hora de producir contenidos con la mejor calidad de imagen y sonido.

1) Se verifica mediante entrevista y documentación la existencia de un plan de actualización en nuevas tecnologías.

A través de entrevistas con responsables del área técnica se obtienen precisiones sobre el equipamiento tecnológico con el que cuenta la emisora. También mediante el acceso a documentación del área técnica con listados de marcas, modelos y características de los equipos. Esta información se corrobora con terceros ajenos a la TV Pública con conocimiento sobre equipamiento tecnológico audiovisual, quienes constatan la actualización y adecuación de los mismos al sistema televisivo local, tanto a nivel de cámaras como de islas de edición, sonido, etc.

2) Se verifica en registros de la gerencia de Ingeniería y compras la adquisición y puesta en marcha de nuevas tecnologías del 2012 en adelante para la transmisión.

También se corrobora mediante la realización de entrevistas con informantes del sector de Finanzas (Compras y Contrataciones) y el acceso a documentación, que en los últimos años se produjo la adquisición de equipamiento tecnológico adecuado a los estándares técnicos actuales. A su vez, se constata que los procedimientos realizados en la operación comercial respetaron el reglamento de contrataciones de la emisora y la publicación en el Boletín Oficial.

3) Se verifica mediante entrevista y en documentación (legajos, expedientes, órdenes de compra) de compras la adquisición y puesta en marcha de nuevas tecnologías del 2012 en adelante para funcionamiento institucional.

Con el acceso a la información a través de documentación y entrevistas y con la visita a las instalaciones de la emisora se confirma la existencia y uso de equipamiento actualizado. Todas las variables de este indicador fueron constatadas, la valoración es “Muy alto”.

Capítulo 4

Concepción pública y democrática de la actividad periodística

La cuarta dimensión del presente estudio está dedicada a considerar el ejercicio de la actividad periodística desde una concepción pública y democrática de la misma. Para las emisoras públicas la producción de noticias reviste una importancia fundamental, pues su propio carácter las vuelve necesariamente garantes de una agenda plural y equilibrada en materia de información disponible para los ciudadanos. Es por eso que el ejercicio de la actividad periodística según patrones de pluralidad y profesionalismo es uno de los aspectos a considerar a la hora de evaluar la calidad de una emisora.

Para el Tribunal Europeo de Derechos Humanos el derecho de la prensa a divulgar información e ideas sobre los asuntos de interés público tiene la misma validez que el derecho de la población a recibir dicha información e ideas. En otras palabras, el derecho de la primera existe porque existe el derecho de la segunda. (UNESCO, 2008: 14). Si se parte de esta premisa, entonces el ejercicio del periodismo no sólo tiene como prerrogativa la de satisfacer el derecho de quienes ejercen esa profesión a difundir libremente la información que crean apropiada, sino que dicho derecho acarrea, a la vez, una obligación, que es la de satisfacer el derecho de los ciudadanos a recibir información relevante y de interés. El punto medio es, claro, imposible de lograr, y el diseño de las agendas de temas relevantes para unos y otros está sometido a los avatares de los intereses e inquietudes de cada sociedad en cada momento, sociedad a la que pertenecen y de la que se nutren tanto periodistas como audiencias. No obstante ello, el entorno de respeto a la pluralidad de voces y el fomento de la calidad profesional para el ejercicio del periodismo son, para cualquier empresa mediática, caminos deseables para acercarse lo más posibles a ese equilibrio.

Si bien, como se dijo, el justo medio entre libertad de informar y satisfacción de la demanda de información es imposible de medir, lo que sí es posible de ser observado es en qué medida los medios en general, y los medios públicos en particular, tienen en consideración esta doble determinación, es decir, el derecho de informar tanto como el de informarse, a la hora de diseñar sus propias agendas periodísticas. Por otra parte, como el periodismo es parte de la esencia de todas las emisoras públicas, no se puede olvidar la confirmación de dichos requisitos cuando se debe evaluar su calidad. Esta prerrogativa se hace incluso más exigente al interior del sistema de medios públicos, pues tienen el deber de incluir y visibilizar en sus agendas aquello que suele quedar relegado dentro de las agendas de los medios de gestión privada.

Si los medios de comunicación, entonces, son espacios para fortalecer la democracia y la participación de todos los sectores de la sociedad, cobra especial relevancia entonces garantizar un entorno mediático propicio para el ejercicio de la libertad de expresión, la independencia y el pluralismo de todos/as los/as habitantes. En este sentido, el artículo 3 de la LSCA (Ley N° 26.522, 2009) señala, entre otros objetivos de los servicios de comunicación audiovisual, “la participación de los medios de comunicación como formadores de sujetos, de actores sociales y de diferentes modos de comprensión de la vida y del mundo, con pluralidad de puntos de vista y debate pleno de ideas”.

En tal sentido, recogeremos aquí las reflexiones de Owen Fiss en relación con el rol del Estado en torno a la libertad de expresión. Fiss recupera los conceptos de la Corte Suprema de los Estados Unidos acerca de que una de las principales funciones del Estado es garantizar las condiciones que propicien un debate público “desinhibido, vigoroso y completamente abierto”, lo cual ubica a la libertad de expresión ya no como un límite a la acción estatal, sino como una fundamentación de la misma (1997). Fiss señala que le corresponde también al Estado intervenir “cuando los poderes de carácter no estatal ahogan la expresión de opiniones” y, en esta línea, propone que “habrá que asignar recursos –repartir megáfonos– a aquellos cuyas voces de otro modo no serían oídas en la plaza pública” (Fiss, 1999). Desde esta perspectiva, la acción del estado - y, por consiguiente, de los medios de gestión estatal - para promover el debate público es no ya una injerencia respecto del derecho a la libre expresión, sino un modo de corregir y equilibrar las inequidades en la capacidad de producir y recibir información, propia de un sistema que distribuye inequitativamente sus recursos, tanto materiales como simbólicos.

En esta línea UNESCO (2008) en su informe sobre Indicadores de Desarrollo Mediático, señala que uno de los roles fundamentales de los medios de comunicación al servicio del desarrollo democrático se vincula a su carácter de “correctores de la natural asimetría de la información entre gobernadores y gobernados y entre agentes privados en competencia”. (p.3).

4.1. Aspectos metodológicos

En virtud de la importancia que la actividad productora de información y noticias tiene para el perfil de un medio público, se incluyó entre los instrumentos de recolección de datos una herramienta específica para evaluar la calidad en el producción de contenidos informativos, que relevó todos los aspectos que refieren a una buena calidad en la producción de noticias, desde el uso de fuentes diversas hasta el enfoque o *framing* adecuado para cada noticia. La concepción pública y democrática de la actividad periodística se midió de acuerdo a 6 indicadores.

- A. Concepción federal de información en agenda de noticias**
- B. Grilla definida y regular de noticieros en programación**

- C. Protocolos y criterios guía de ética profesional
- D. Diversos puntos de vista en noticias políticas
- E. Datos objetivos, contextualización y uso de fuentes en el tratamiento periodístico
- F. Visibilidad de sectores vulnerables en agenda y cobertura de noticias

Debe considerarse que para la visualización se relevó un total de 48 programas informativos abarcando todo el espectro noticioso de la emisora: 6 emisiones de Visión 7 mañana, 6 emisiones de Visión 7 mediodía, 5 emisiones de Visión 7 central, 6 emisiones de Visión 7 Resumen, 6 emisiones de Pampero TV, 1 emisión de Visión 7 Sábado, 1 emisión de Economía sin corbata y 17 flashes informativos.

Dentro de estos 48 programas informativos se visualizó un total de 479 noticias. A su vez, dentro de esas noticias se realizaron mediciones en torno a aquellas de índole político, las que constituyeron un total de 135 noticias políticas.

Tabla 23. Cantidad de programas informativos visualizados

Programa informativo	Cantidad de programas
Visión 7 - Mañana	6
Visión 7 - Mediodía	6
Visión 7 - Central	5
Visión 7 - Resumen	6
Pampero TV	6
Visión 7 - Sábado	1
Economía sin corbata	1
Flash Informativo	17
Total	48

Tabla 24. Cantidad de noticias visualizadas por programa informativo

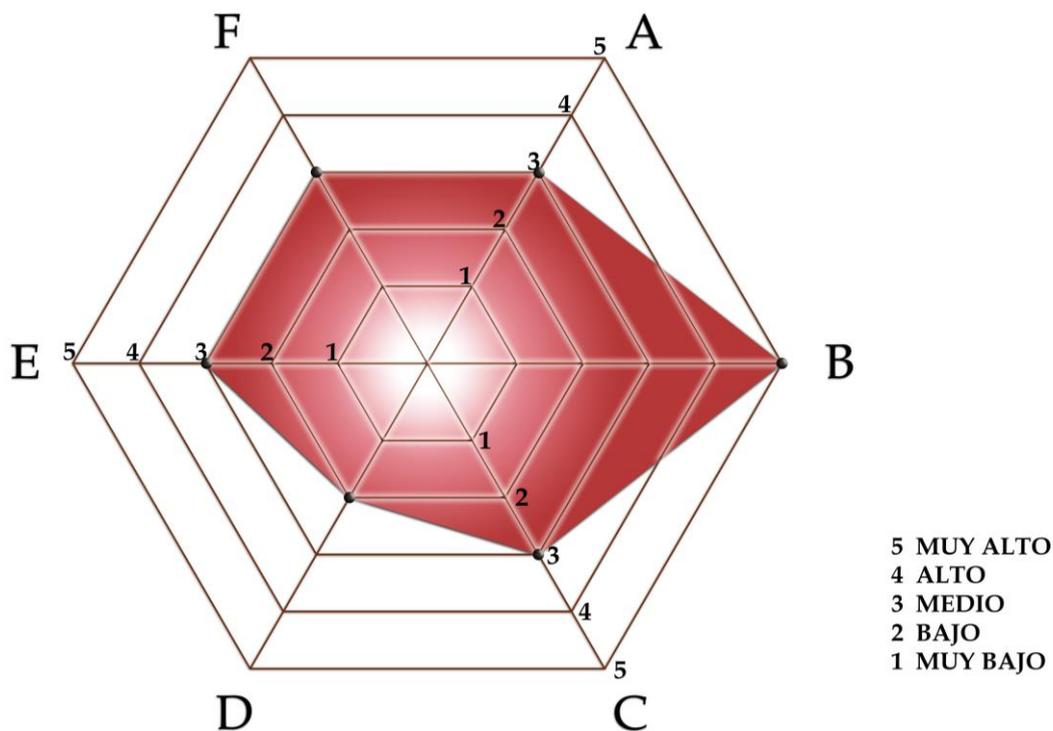
Programa informativo	Cantidad de noticias visualizadas	Porcentaje sobre el total de noticias visualizadas
Visión 7 - Mañana	110	23%
Visión 7 - Mediodía	104	21,7%
Visión 7 - Central	80	16,7%
Visión 7 - Resumen	78	16,3%
Pampero TV	53	11,1%
Visión 7 - Sábado	13	2,7%
Economía sin corbata	5	1%
Flash Informativo	36	7,5%
Total	479	100%

Tabla 25. Cantidad de noticias políticas visualizadas por programa informativo

Programa informativo	Cantidad de noticias políticas visualizadas	Porcentaje sobre el total de noticias políticas visualizadas
Visión 7 - Mañana	39	28,9%
Visión 7 - Mediodía	26	19,3%
Visión 7 - Central	20	14,8%
Visión 7 - Resumen	23	17%
Pampero TV	6	4,4%
Visión 7 - Sábado	3	2,2%
Economía sin corbata	1	0,7%
Flash Informativo	17	12,6%
Total	135	100%

4.2. Medición

Gráfico 4. Resultados de la dimensión de concepción pública y democrática de la actividad periodística



- A. Concepción federal de información en agenda de noticias
- B. Grilla definida y regular de noticieros en programación
- C. Protocolos y criterios guía de ética profesional
- D. Diversos puntos de vista en noticias políticas
- E. Datos objetivos, contextualización y uso de fuentes en el tratamiento periodístico
- F. Visibilidad de sectores vulnerables en agenda y cobertura de noticias

A. Concepción federal de información en agenda de noticias

Dado que la cobertura de la Televisión Pública se extiende a todo el territorio nacional, es un requisito para que la producción de noticias sea considerada de calidad que las mismas den cuenta de una agenda que incluya las distintas regiones del país. Para este relevamiento se consideró cuántas de las noticias relevadas en los distintos noticieros de la emisora hacían foco en acontecimientos que no estuvieran localizados en el Área Metropolitana y cómo se distribuían esas noticias de acuerdo a qué región del país se referían. En segundo lugar, también el estudio recogió en qué casos en los que los noticieros trabajan sobre una noticia de referencia general a todo el territorio del país se incluía alguna referencia a la implicancia regional del tema tratado o, eventualmente, en qué casos se usaron fuentes no pertenecientes al AMBA para tratar esos temas de referencia nacional. Las variables que se utilizaron para medir este indicador fueron:

- 1) *La agenda informativa incluye noticias que tienen como tema principal (issue) acontecimientos localizados en regiones no AMBA registra una frecuencia superior al 10%;*
- 2) *En las noticias de issues regionales se utiliza al menos una fuente regional.*
- 3) *Las noticias generales incluyen referencias regionales (que no constituyan su tema principal) en una frecuencia no menor al 10%*
- 4) *El porcentaje de noticias locales de relevancia / impacto exclusiva en el área metropolitana no predomina en la agenda (es menor al 20%).*

Dentro de las noticias que hicieron específicamente alusión a alguna región del país (215 noticias) se observa una baja frecuencia de noticias correspondientes a regiones por fuera del área metropolitana, a excepción de la zona pampeana. El Área Metropolitana de Argentina abarca un 63,72% de las noticias regionales y el área Pampeana un 15,81% de las mismas, mientras que el resto de las regiones se presentan de modo proporcionalmente inferior (5,58% correspondiente al Noroeste, 5,11% del Noreste, 4,19% de región Cuyana y 5,58% de región Patagónica).

Tabla 26. Presencia regional en agenda informativa

Región	Cantidad de noticias regionales	Frecuencia dentro de las noticias regionales
Noroeste	12	5,58%
Noreste	11	5,11%
Cuyana	9	4,19%
Patagónica	12	5,58%
Pampeana	34	15,81%
Metropolitana	137	63,72%
Total	215	100%

No obstante ello, se observó positivamente que un 52% de los informativos presentaron noticias generales con referencia regional, es decir, noticias cuya tematización principal refería a un tema de interés nacional que incluían, de algún modo, referencias a la implicancia de la misma en distintas regiones del país. Dentro de estas noticias, un 82% incluyeron el uso también de fuentes regionales. En virtud de estos resultados, se ha contemplado un resultado medio para esta variable.

Tabla 27. Frecuencia de noticias generales con referencia regional

Programa	Frecuencia
Informativo con noticias generales con referencia regional	52%
Informativo sin noticias generales con referencia regional	48%
Total de noticias	100%

Tabla 28. Frecuencia de uso de fuentes regionales dentro de las noticias generales con referencia regional

Uso de fuentes	Frecuencia dentro de las noticias generales con referencia regional
Usa fuentes regionales	82%
No usa fuentes regionales	8%
Total de noticias	100%

B. Grilla definida y regular de noticieros en programación

Para que los medios públicos cumplan con el requisito de ser garantes de una agenda de noticias balanceada y plural disponible para los ciudadanos, un primer paso es garantizar en

su grilla de programación la presencia regular de programas dedicados a la producción de información y noticias, de modo previsible y sostenido a lo largo del tiempo. Para constatar este requisito se dispuso tanto de la visualización de la pantalla para comprobar la emisión regular de noticieros y programas de noticias tanto como del análisis de las grillas de programación que dieran cuenta del sostenimiento en el tiempo de esas emisiones. Las variables que se utilizaron para medir este indicador fueron:

- 1) *Se verifica en grilla la frecuencia diaria en todo el territorio (lunes a viernes)*
- 2) *Se verifica en grilla la duración mínima de 1 hora para los noticieros centrales.*
- 3) *Se registra en pantalla la emisión de flashes o segmentos informativos los 7 días de la semana.*

Se verificó en la totalidad de las grillas de programación una frecuencia diaria de noticieros que se transmiten a todo el territorio nacional. Asimismo se observó en grilla y en visualización que los noticieros centrales tienen una duración mínima de una hora, requisito que es cumplimentado por los programas “Visión 7” tanto en su emisión de la mañana como en la del mediodía y la vespertina. Además, durante la visualización se registró la emisión de flashes informativos durante todos los días de la semana, con una duración que no suele superar los 3 minutos. En virtud de esas mediciones, esta variable resulta de cumplimiento muy alto.

Tabla 29. Presencia de noticieros en grillas de programación

	Frecuencia
Grillas con noticieros diarios de lunes a viernes	100%
Grillas con dos o más noticieros diarios de al menos 1 hs. de duración	100%

Tabla 30. Duración de los flashes informativos visualizados

Duración del flash informativo	Cantidad
Menos de 2 minutos	6
2 a 3 minutos	10
Más de 3 minutos	1
Total de flashes informativos observados	17

C. Protocolos y criterios guía de ética profesional

El ejercicio democrático y plural de la actividad periodística requiere que las instituciones que las promueven doten a los trabajadores y las trabajadoras de prensa de herramientas que les permitan resolver situaciones de conflicto vinculadas tanto a la responsabilidad profesional frente a

informaciones de eventual sensibilidad pública, como aquellas en las que están involucrados menores de edad o aquellas que refieren a cuestiones vinculadas con la violencia de género, como así también al tratamiento de posibles errores cometidos en el ejercicio de su profesión. En este sentido, el presente estudio se propuso constatar la existencia de tales herramientas en el área específica de producción de noticias, como así también el uso regular y sistemático de esas herramientas por parte de los profesionales, como parte de una iniciativa de la emisora y no solo a partir del interés particular de cada trabajador o trabajadora de prensa. Las variables utilizadas para medir este indicador fueron las siguientes:

- 1) *Se verifica la existencia de protocolos o procedimientos documentados para el tratamiento periodístico del error.*
- 2) *Se verifica la existencia de un código de ética para periodistas*
- 3) *Se verifica el conocimiento y la utilización por parte de periodistas de documentos que orientan el tratamiento de temas de sensibilidad pública: catástrofes, noticias que impliquen exposición de menores de edad, noticias vinculadas con violencia de género*
- 4) *Se verifica la existencia de actividades de debate, capacitación o sensibilización desarrolladas por los profesionales contra conductas discriminatorias.*

Dicho esto, en efecto se verificó la existencia de protocolos para el tratamiento periodístico del error así como la existencia de un código de ética para periodistas, pero no pudo corroborarse que esos instrumentos sean de uso regular por parte de los profesionales de prensa ni que haya habido iniciativas propias de canal o del área de noticias tendientes a promover su uso o, cuanto menos, a colaborar para que estos materiales sean referencia para los periodistas del canal. No obstante ello, sí fue posible verificar la participación activa de comunicadores y comunicadoras de la TV Pública en la elaboración de guías de tratamiento de diversas temáticas surgidas de la preocupación de las audiencias, entre otras sobre noticias policiales, salud mental y suicidios, identidad de género y diversidad sexual, violencia contra las mujeres y desastres y catástrofes en el ámbito de la Defensoría del Público. En virtud de estas consideraciones, el nivel alcanzado por este indicador es medio.

C. Diversos puntos de vista en noticias políticas

Para la promoción de una agenda plural y equilibrada de noticias es especialmente sensible el tratamiento de las noticias de contenido político, es decir, aquellas que refieren al interés público o refieren a asuntos de estado. Para identificarlas, el presente estudio se basó en la distinción respecto a la tematización de las noticias que hace el Monitoreo de programas

noticiosos de canales de aire que realiza la Defensoría del público de servicios de comunicación audiovisual correspondiente al año 2014. Allí se consigna que:

“debe entenderse como el “tema de la noticia” (por ejemplo, el incendio de un depósito en un barrio porteño), al resultado de un proceso de tematización a cargo del noticiero y mediante el cual el tema de la noticia es incluido dentro de un campo temático predefinido. Tales tópicos son el producto de una preclasificación de los sucesos del mundo social dentro de grandes ramas del acontecer cotidiano como pueden ser “Salud y Discapacidad”, “Política” o “Información General”, entre otros. Por ejemplo, una noticia cuyo tema es la ocurrencia de un incendio puede ser tematizada como una cuestión de Salud (si el énfasis está puesto en los heridos y sus consecuencias médicas), de Política (si la noticia se centra en los acontecimientos y personalidades del ámbito de la política que se dan cita a raíz del evento), o de “Información general” (cuando la noticia se construye como un reporte de testigos y afectados del barrio). Por lo tanto, en la medida en que la tematización que es registrada en la atribución de tópico es el resultado de un complejo sistema de recursos lingüísticos, visuales y musicales, el mismo suceso puede ser presentado de diferentes”.

En el mismo informe de la defensoría del público se consigna que las noticias cuya tematización puede considerarse como política tienen en los noticieros de la Televisión Pública una mayor presencia que en el resto de los noticieros de los canales de aire del AMBA (según porcentaje de noticias políticas en 2014, 16,2% en la TV Pública, 11% en América, 8,3% en Canal 13, 7,8% en Canal 9 y 6,8% en Telefé) , por lo que ya de por sí la agenda política tiene en los noticieros de la emisora pública una mayor presencia que el resto de los canales similares a ella pero de gestión privada (la diferencia aumenta, incluso, si se considera el tiempo dedicado a esas noticias en los noticieros).

Por todas estas razones es que se diseñó un instrumento específico para medir el tipo de tratamiento que se hacía en los noticieros de la emisora de las noticias políticas, que se propuso considerar su tratamiento tanto desde el tipo de abordaje que se le daba a las mismas como desde la cantidad de voces representadas. Las variables utilizadas para medir este indicador fueron:

- 1) *Abordaje / presentación de la noticia: la frecuencia total de noticias de relevancia política registra un predominio (mayor al 70%) de abordaje informativo (formatos: noticia, reportaje o segmento de especialista) por sobre formatos de opinión.*
- 2) *Voces: las voces recogidas para la presentación de las principales noticias políticas presentan frecuencias equilibradas de al menos tres de las siguientes categorías: fuerzas oficialistas, primera minoría, otras minorías partidarias, organizaciones sociales.*

- 3) *Jerarquía de las voces: ninguna de las categorías anteriores se presenta en primer lugar en más del 30% de la frecuencia,*
- 4) *Duración: ninguna de las categorías anteriores cubre más del 30% del tiempo total de las opiniones recogidas en noticias de relevancia política.*

De la visualización surge que en el tratamiento de las mismas predomina el abordaje informativo, apreciándose el mismo en un 85,19% de las 135 noticias consignadas de ese carácter. Un 10,37% de las noticias políticas presentó un abordaje de opinión, principalmente en el programa “Visión 7 - Mañana”.

Tabla 31. Tipo de abordaje en noticias de relevancia política

Abordaje	Frecuencia sobre el total de noticias políticas
Informativo	85,19%
Opinión	10,37%
Mixto (informativo y opinión)	4,44%
Total	100%

Tabla 32. Noticias de relevancia política con abordaje de opinión según programa informativo

Programa	Cantidad de noticias políticas con abordaje de opinión
Visión 7 - Mañana	9
Visión 7 - Mediodía	1
Visión 7 - Central	3
Visión 7 - Resumen	1
Total de noticias políticas con abordaje de opinión	14

Por otra parte se observa una preponderancia de voz oficialista en las noticias políticas: del total de 135 noticias políticas, el 61,6% de las mismas incluyó voz oficialista, un 13,8% incluyó voces de organizaciones sociales, un 12,2% incluyó a la primera minoría política en el parlamento y un 11,7% incluyó voces de otras minorías políticas del país. Asimismo se observó que en un 16,7% de los informativos se presentó primero a las voces preponderantes mientras que en un 30,3% de los mismos también se les dio más tiempo de aire en comparación con otras voces. En virtud de estos resultados, la variable que mide la diversidad en los puntos de vista en las noticias políticas se considera de cumplimiento bajo.

Tabla 33. Voces presentes en las noticias políticas

Voz	Frecuencia dentro de las noticias políticas
Oficialistas	61,6%
Organizaciones sociales	13,8%
Primera minoría	12,2%
Otras minorías	11,7%

Tabla 34. Jerarquía y duración de las voces presentes en las noticias políticas

Voz	Frecuencia
Voces que se presentan primero con mayor frecuencia	16,7%
Voces que abarcan más tiempo de aire	30,3%

D. Datos objetivos, contextualización y uso de fuentes en el tratamiento periodístico

Una de las principales características de una noticia para ser considerada como tal es su relevancia, es decir, que aquello que se está retratando sea de presunto interés para una comunidad. El carácter relevante de un noticia está dado por la capacidad que tenga de sostenerse en una agenda consensuada de temas, agenda en la que intervienen la sociedad civil, las distintas formas de organización del estado y los propios medios de comunicación. Uno de los mayores riesgos que corren los noticieros contemporáneos es el de caer en la zona de la "relevancia autista", tal cual la define la investigadora española Pilar Pérez Herrero, según la cual las noticias se vuelven relevantes según lo que los propios medios consideren de tal forma:

"Podemos afirmar, sin temor a desviarnos demasiado de la realidad, que, en gran medida, los periodistas se encuentran prácticamente desvinculados de sus audiencias. Y aunque las representaciones sobre las mismas no llegan a ser "inventadas", en el sentido dado por Gans <1979>, sí se encuentran muy cerca de lo que se ha denominado el "modelo autista" <cf. Rodrigo Alsina, 1989:161-162>. La etiqueta de este modelo se aplicaría para describir un cierto estado de aislamiento que obliga a los informadores a fundamentar las decisiones sobre sus tareas principalmente de los juicios y las referencias que extraen del ambiente laboral en el que trabajan. Como consecuencia de esta patología, la audiencia acaba convirtiéndose en una extensión del propio mundo del comunicador". (p220)

Para sostener la relevancia, entonces, los productores de noticias deben ser capaces de dar cuenta de esas relaciones entre el acontecimiento sobre el que se está poniendo el foco y la compleja malla que constituye lo que puede considerarse la agenda de temas disponibles socialmente relevantes. Eso es posible a partir del uso de algunos recursos, como la apelación a fuentes diversas y confiables y la contextualización de las noticias que se presentan.

El presente trabajo relevó estas características de las noticias para considerar la calidad de las mismas. Para ponderar este indicador, se utilizaron las siguientes variables, establecidas a partir de diversas investigaciones precedentes (Teramo y De la Torre; 2005; Pelegrini: 1999; Gans, 1980 y Lopez, 1985):

- 1) *La explicitación de fuentes registra una frecuencia predominante (mayor al 40%)*
- 2) *Tipos de fuentes: las fuentes institucionales y documentales predominan sobre las personales, testimoniales y autorreferenciales (en una relación de al menos 60/40%)*
- 3) *Predominio de valoración neutra (mayor al 80%)*
- 4) *Indicadores temporales y territoriales se registran en el total de la frecuencia relevada (100%)*
- 5) *Base narrativa de las noticias: predominio de base fáctica -apoyada en datos objetivos- por sobre la base especulativa o de opinión -rumores, opiniones, datos no chequeados, puntos de vista- (90% de la frecuencia)*
- 6) *Transparencia: framing adecuado al tema (costos económicos / interés humano / conflicto / informativo-descriptivo/ asignación de responsabilidades)*
- 7) *Contextualización: antecedentes / consecuencias.*

Según el análisis realizado, la explicitación de fuentes registra una frecuencia predominante, aunque un 39,9% del total de 479 noticias no mencionó fuente. A su vez un 58,9% de las noticias incluyen fuentes institucionales y/o documentales, un 47,2% incluyen fuentes personales y sólo un 13,6% de las noticias apelan a la autorreferencialidad como fuente informativa. Según el relevamiento hecho sobre noticieros de televisión abierta por parte de la Defensoría del público durante 2014, el promedio de noticias sin fuente explicitada oscila entre el 40 y el 50% según cada emisora relevada, con lo que la Televisión pública se encuentra, por lo menos, levemente por debajo de esa franja.

Tabla 35. Uso de fuentes en las noticias

Tipo de fuente	Frecuencia
Fuente institucional y documental	58,9%
Fuente personal	47,2%
Fuente autorreferencial	13,6%
Sin fuente	39,9%

En cuanto a la neutralidad y contextualización de las noticias, se encontró que sólo el 44,7% de las noticias no incluyen valoraciones (el resto de las 479 noticias sí lo hacen), si bien el 85,6% de las noticias incluyen indicadores temporales y territoriales, así como el 98,1% de las noticias realizan contextualización informativa.

Asimismo se observa que el 86,6% de las noticias tienen base narrativa y el 98,5% de las mismas se realiza bajo un framing adecuado. Tomando en cuenta estas consideraciones, el nivel alcanzado por este indicador es medio.

Tabla 36. Neutralidad y contextualización de las noticias

Característica	Frecuencia
Noticias sin valoraciones	44,7%
Noticias con espacio y tiempo	85,6%
Contextualización en noticias	98,1%

Tabla 37. Tipo de base de las noticias

Base	Frecuencia
Base narrativa	86,6%
Base de opinión	7,5%

Tabla 38. Framing de las noticias

Framing	Frecuencia
Framing adecuado	98,5%
Framing inadecuado	1,5%
Total	

E. Visibilidad de sectores vulnerables en agenda y cobertura de noticias

Según el Instituto nacional contra la discriminación, la xenofobia y el racismo (INADI) “en los últimos años, y particularmente desde la aprobación en 2005 del Plan Nacional contra la Discriminación, se ha registrado una creciente instalación pública de la temática de la discriminación. (...) El compromiso asumido desde el 2005 por el Estado Nacional, a través del INADI, se encamina a la reparación de la deuda social con grandes sectores de la población, históricamente vulnerabilizados y estigmatizados, por la plena vigencia y ampliación de sus derechos. En este nuevo marco reparador, la Argentina asume el horizonte de combatir la discriminación en todas sus formas, tanto a partir de los avances legales e

institucionales como a través de la elaboración de políticas públicas antidiscriminatorias concretas que sostengan y efectivicen las transformaciones en la sociedad”.

Teniendo en cuenta este marco y la ineludible responsabilidad de los medios de gestión pública en el sostenimiento y profundización de esta agenda, es que en el presente estudio se consideró la ponderación de la frecuencia con la que aparecen en los noticieros noticias vinculadas a esos grupo históricamente vulnerabilizados o estigmatizados como parte de un requisito de calidad para el ejercicio del periodismo de modo plural y democrático. Para medir este indicador, se utilizaron las siguientes variables:

1) *Frecuencia de noticias que tienen como objeto alguna de las siguientes tematizaciones:*

A. Situaciones de desprotección, explotación o exclusión o vulneración de derechos de ciudadanos B. Reivindicaciones de grupos o sectores excluidos C. La libre expresión de demandas ciudadanas. D. La igualdad de oportunidades E. Experiencias de inserción de los intereses de los excluidos en el ámbito público.

La presente variable toma como criterio el desarrollado en el “Observador de Medios de América Latina” desarrollado por la Fundación Konrad Adenauer, para el relevamiento del rol de los medios como “difusores-amplificadores de problemas sociales”, a fin de dar cuenta de la incidencia de éstos en los procesos de democratización. En este sentido, el estudio propone la medición de estos cinco aspectos para dar cuenta de la presencia de la “Voz de los ciudadanos excluidos y marginados, parcial o totalmente, del sistema económico social” (Zukernik et al, 20118:178).

Sobre el particular, pues, se observa una baja frecuencia de noticias que tienen por objeto el abordaje de situaciones de sectores vulnerables. Así, sólo el 1,88% dentro del total de 479 noticias visualizadas aluden a situaciones de exclusión o desprotección, un 1,04% a situaciones de reivindicación de grupos excluidos y un 2,92% de las noticias tratan sobre libre expresión de demandas. Además, un 1,25% de las noticias tratan sobre igualdad de oportunidades y un 0,84% del total de 479 noticias aluden a intereses de excluidos por el ámbito público.

Tabla 39. Presencia de noticias sobre sectores vulnerables dentro de la totalidad de las noticias

Eje de la noticia	Frecuencia dentro del total de noticias
Exclusión o desprotección	1,88%
Reivindicación de grupos excluidos	1,04%
Libre expresión de demandas	2,92%
Igualdad de oportunidades	1,25%
Intereses de excluidos en ámbito público	0,84%

Ahora bien, si se considera la presencia de estas temáticas dentro de los programas informativos en general, se encuentra que dentro de los 48 programas visualizados un 16,7% incluyen contenidos sobre exclusión o desprotección, el 10,4% refieren a noticias sobre reivindicación de grupos excluidos, el 20,8% de los noticieros incluyen libre expresión de demandas, y el 8,3% sobre igualdad de oportunidades, con el mismo porcentaje para los intereses de los excluidos en el ámbito público.

Tabla 40. Presencia de noticias sobre sectores vulnerables dentro de los programas informativos

Eje de la noticia	Frecuencia dentro de los programas informativos
Exclusión o desprotección	16,7%
Reivindicación de grupos excluidos	10,4%
Libre expresión de demandas	20,8%
Igualdad de oportunidades	8,3%
Intereses de excluidos en ámbito público	8,3%

Por otra parte, en el ya mencionado monitoreo de noticieros de canales de aire realizado por la Defensoría del público, si bien no se registra una medición según los mismos patrones, sí se relevan tematizaciones que son emparentables con noticias sobre grupos históricamente vulnerabilizados. En el análisis de “tópicos prevalentes” que se realiza en ese monitoreo, el tópico “derechos humanos” registra una frecuencia del 2%, “Ambiente” el 0,4%, “Niñez y adolescencia” el 0,8%, “Géneros” el 0,4% y “Pueblos originarios y migraciones” el 0%. Es decir, que eventualmente la frecuencia de noticias sobre sectores históricamente vulnerabilizados que realizan los noticieros de la Televisión Pública podría estar, en muchos casos, por encima de la media del resto de los canales de aire del AMBA, sin que ello alcance, de todos modos, para que el nivel sea satisfactorio. En virtud de estas consideraciones, la evaluación de este indicador es media.

Capítulo 5

Independencia

La independencia tanto del Estado como de los intereses comerciales supone el compromiso de ofrecer una programación de calidad, que atienda las necesidades de la población, sin que ese objetivo se vea obstruido por condicionamientos políticos o económicos. En palabras de Antonio Pasquali (1991), *“una radiodifusión de servicio público es tal sólo si disfruta de doble independencia, tanto respecto del poder económico como del poder político”*.

El concepto de independencia, siguiendo el documento en que se basa este trabajo, señala que abarca tres áreas que se combinan entre sí: independencia financiera, independencia administrativa e independencia editorial. Se puede entender que la independencia editorial es una especialización de la independencia administrativa, que *“garantiza que la elección de los programas, equipos y pautas periodísticas sea una decisión interna que no quede en ningún caso supeditada a la aprobación de autoridades externas”* (Bucci, et al., 2012: 30).

Por lo tanto, el objetivo de la independencia se vuelve imposible de alcanzar “si el servicio público de difusión debe competir por los fondos del mismo modo que lo hacen las emisoras comerciales”. (Bucci, et al., 2012:16) Tampoco se puede alcanzar ese objetivo si la actividad de la emisora pública de que se trate está sometida a la interferencia de algún gobierno o de poderes económicos y / o políticos con la suficiente capacidad de injerencia como para condicionar la línea editorial y / o convertir el uso del servicio en alguna forma de propaganda. Como lo señala Nobre Correia (2011):

En nuestros días, en las sociedades democráticas, la independencia de los medios no se centra únicamente en las garantías jurídicas, legales, sino en términos de garantías financieras. En términos de medios financieros que permitan a los medios ser independientes y practicar un periodismo de calidad, independientes de las presiones llegadas de fuera. Porque es la fragilidad financiera la que hace a los medios dependientes. (p.155)

Una de las formas para promover la independencia de los medios públicos está basada en su diseño institucional. Sobre este aspecto, la ley nacional que creó en 2009 a Radio y Televisión Argentina desarrolla (en la nota del artículo 119) los modelos de organización de los Directorios de otros países que se toman como base en un estudio comparado.

El caso de Chile (elogiado por su estructura en el ámbito de América Latina) sirvió como modelo para el Directorio de RTA. Para la creación del Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos se consideraron los casos de Australia, Francia, Canadá y España, al tiempo que se descartaron otras opciones porque sus consejos de conducción eran muy costosos en su funcionamiento y la gran cantidad de miembros que poseen disminuía la agilidad en la toma de decisiones.

Sobre este aspecto, también cabe mencionar un documento elaborado en 2008 por la ONG argentina Asociación por los Derechos Civiles (ADC), con apoyo de otras organizaciones (entre ellas CIPPEC, Poder Ciudadano, CELS, FARN y FOPEA), sobre “Una Radiodifusión Pública para la Democracia – Propuestas”. Allí se plasman una serie de recomendaciones sobre medios públicos, muchas de las cuales fueron incorporadas en la LSCA sancionada en 2009. Por ejemplo, la propuesta de que el mandato de los miembros del Directorio de los medios públicos se renueve a mitad del ejercicio del Poder Ejecutivo Nacional para que no coincida su renovación con la entrada de un nuevo gobierno.

En relación al rol que les cabe a los profesionales de la comunicación, para el caso argentino, resulta interesante retomar aquí las reflexiones de María Cristina Mata (2012) quien propone analizar su papel en tanto protagonistas decisivos en pos del pleno cumplimiento de los artículos 2 y 3 de la LSCA. En esos artículos se define el “interés público” de la actividad audiovisual, su carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población y se fijan los objetivos de los servicios de comunicación audiovisual.

Al respecto, Mata sostiene que, en dichos artículos, la comunicación es entendida como derecho humano que no se agota en las posibilidades de libertad de pensamiento y de expresión individual, sino que su ejercicio efectivo depende de la existencia de un sistema de medios plural y diverso. El espíritu de tales artículos demanda entonces el surgimiento de una nueva matriz cultural y política, un nuevo modo de entender el ejercicio profesional por parte de los comunicadores como mediadores de la palabra colectiva, múltiple y plural, pero, sobre todo, legítima, escuchable, discutible en el marco de la escena pública. La incorporación de tal perspectiva colaborará indudablemente a la generación de espacios de autorregulación profesional que contemplen la diversidad del público.

En este sentido, cabe complejizar y evitar la tendencia a entender el concepto de independencia como garantía de igualdad u objetividad cuando, en realidad, esa pretendida ecuanimidad oculta muchas veces formas veladas de legitimación de un orden dado en lo económico y lo social, que tiene como correlato también un orden comunicacional desigual.

El diseño institucional y formas de gestión de los medios públicos en la Argentina

Una crítica histórica que han recibido los medios públicos en América Latina, y también en la Argentina, es una tendencia a ser gestionados de forma gubernamental, es

decir, ser utilizados como medio de difusión partidario. Al considerar la forma de conformación y nombramiento de sus autoridades en la historia reciente se observa la injerencia directa del Poder Ejecutivo. Es importante mencionar que durante el siglo XX en muchos países de la región (y también Argentina) se sucedieron numerosos gobiernos de facto con algunas alternancias administraciones elegidos por el voto del pueblo, lo cual sin dudas dificultó la posibilidad de institucionalizar una práctica democrática e independiente para las instituciones del país, entre ellas la gestión de los medios públicos.

A partir de 1980, con la sanción del decreto-ley 22285, Canal 7 comenzó a integrar el Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR) junto a Radio Nacional y su red (una estación de radiodifusión sonora por provincia); las repetidoras del canal de televisión, que sólo podrían brindar servicio “cuando así lo exijan razones de seguridad nacional y solamente en aquellos lugares a donde no concurra la actividad privada o tengan una baja densidad demográfica o escaso interés comercial” (art. 33) y las estaciones de Radiodifusión Argentina al Exterior (RAE), según establecía el decreto-ley 22.285, vigente desde 1980.

El SOR dependía directamente del Poder Ejecutivo, quien designaba de forma directa a sus directivos. En 1992 se cambió la figura societaria de ATC, de Sociedad del Estado a Sociedad Anónima. Si bien se presentaron numerosos proyectos de ley para modificar el decreto-ley de radiodifusión de la dictadura y otros específicos sobre medios públicos, ninguno llegó a aprobarse hasta la sanción de la LSCA en 2009. Sin embargo, cabe destacar una situación particular que tuvo lugar a fines de 1999, sobre el final del segundo gobierno de Carlos Menem, del Partido Justicialista. La mayoría oficialista del Congreso sancionó la ley 25208 que creaba Radio y Televisión Argentina (RTA). Según explica María Trinidad García Leiva (2005), “RTA pretendía crear una sociedad estatal no gubernamental, controlada por el Congreso, a cargo de la administración de ATC, Radio Nacional, el SOR y la RAE” (pp.290-291).

Unos días después, apenas asumió su mandato el nuevo presidente de distinto signo político (la Alianza), Fernando De la Rúa, decidió vetar la Ley RTA. A través del Decreto 152/99, entre las razones que motivaron el veto de la ley sancionada por el Congreso nacional se reconoció la disidencia en relación a perder el control directo sobre los medios públicos por parte del Poder Ejecutivo Nacional:

“Que el Proyecto de Ley determina, entre otras competencias de la Comisión Bicameral, la de designar a la totalidad de los integrantes del Directorio y la potestad de remover a sus miembros cuando existan motivos que así lo justifiquen, con el voto de los dos tercios de sus miembros.

Que no parece aconsejable hacer recaer tales potestades en la Comisión Bicameral, las que deberían ser reservadas al PODER EJECUTIVO NACIONAL.”

Poco más de un año después, el ex presidente De la Rúa sancionó otro decreto que creó el Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP) o “Multimedios Oficial”, que reunió a ATC Sociedad Anónima, Radio Nacional y sus emisoras asociadas, la Agencia de Noticias Télam y el SOR.

Esta nueva figura dependía de la Secretaría de Cultura y Comunicación de la Presidencia de la Nación. El Decreto 94/2001 creó también un Directorio con 3 miembros a cargo de la dirección y administración del Multimedios Oficial que integraba Canal 7. El mandato de sus integrantes estaba estipulado en 2 ejercicios con la posibilidad de ser reelegidos indefinidamente. Uno de los directores debía ser designado por el Ministerio de Economía y a la Secretaría de Cultura y Comunicación correspondía la propuesta de los dos restantes.

A pesar de la nueva figura legal, el Directorio del Sistema Nacional de Medios Públicos, el Poder Ejecutivo se reservaba la potestad de nombrar a todos sus miembros por períodos indefinidos, sin controles o participación de otros partidos políticos ni de la sociedad civil.

Luego de la crisis de diciembre de 2001, el gobierno de Eduardo Duhalde resolvió la intervención del Sistema Nacional de Medios Públicos en febrero de 2002 y la separación de la agencia Télam del organismo (Decreto 2507/2002). La decisión de intervenir el SNMP surgió a partir de un informe realizado por la Sindicatura General de la Nación (SIGEN) que informaba sobre irregularidades en la gestión de su Directorio. A través del Decreto 354/2002 Marcelo Simón fue designado como interventor, en principio por 180 días. Sin embargo, se sucedieron sucesivas prórrogas hasta el año 2007, que incluyó algunos cambios de interventor a su vez. Simón fue luego reemplazado por José Paquez, quien estuvo en el cargo desde agosto de 2003 hasta enero de 2004, cuando presentó su renuncia. La intervención se prorrogó nuevamente y se designó a Luis Ricardo Palacio al frente del SNMP hasta 2007, cuando se resolvió el cese de la intervención.

El Decreto 1476/2007 designó como presidente del Directorio a Gustavo López y vicepresidente a Juan Ross. En agosto de 2008, Gustavo López presentó su renuncia y fue reemplazado en el cargo por Tristán Bauer.

Con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009, se introdujeron grandes cambios para los medios públicos. En primer lugar se creó Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, “para la administración, operación, desarrollo y explotación de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva del Estado nacional” (art.119) bajo la jurisdicción del Poder Ejecutivo. La nueva normativa dispuso una serie de cambios en el diseño institucional de los medios públicos para promover su independencia. Entre ellos, cabe destacar una conformación plural de su directorio, cuyos integrantes son designados por el Poder Ejecutivo Nacional, la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual (con representantes parlamentarios de las tres fuerzas políticas

distintas) y el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, cuya integración es federal y representativa de diversos sectores sociales de la comunicación (sindicatos, cámaras empresarias, universidades, etc.).

Además, se crean otros organismos de revisión y control social, como el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos y el Defensor del Público. Se trata de un salto de calidad institucional muy significativo, tomando en cuenta la histórica intervención directa del Poder Ejecutivo Nacional en la designación de autoridades y control de los medios públicos. Sobre este punto, Gustavo Bulla (2011) observa:

Los órganos de aplicación de las diversas normativas que regularon la radiodifusión argentina en el pasado se caracterizaron por su centralismo y las inexistentes participación social y representación plural. Siempre dependiendo pura y exclusivamente del Poder Ejecutivo Nacional. Una de las grandes novedades que aporta la LSCA a la radiodifusión argentina es la configuración de instancias de decisión sobre el sistema con ámbitos colegiados, pluralistas y multisectoriales. (p.98)

Sin embargo, la puesta en práctica de estos organismos se demoró y funcionaron en un principio únicamente con la designación de los directores correspondientes al Poder Ejecutivo Nacional. Recién en 2012 se avanzó en la conformación de la Comisión Bicameral, de la cual surgieron las presentaciones de las minorías parlamentarias para ocupar los cargos del directorio de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), de Radio y Televisión Argentina (RTA) y el cargo de defensor del público. Durante los primeros años posteriores a la sanción de la ley las minorías parlamentarias de los partidos opositores al Poder Ejecutivo se negaron a legitimar la normativa y nombrar a sus representantes para crear la Comisión Bicameral. Luego, en 2011, esa actitud fue modificada públicamente y la Comisión Bicameral pudo comenzar a funcionar, en 2012. Por esta razón los indicadores de esta dimensión se relevan a partir de 2012 para su valoración.

Otra figura novedosa para la gestión de los medios públicos es la creación de un Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos (art. 124), con una conformación plural de 17 miembros con representantes propuestos por facultades y carreras de Comunicación Social o Audiovisual o Periodismo de universidades nacionales; sindicatos de los sectores con mayor afiliados en RTA; organizaciones no gubernamentales; gobiernos de las regiones de todo el país; Consejo Federal de Educación; Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia; y los Pueblos Originarios. Se establece un período mínimo bimestral para sus reuniones, que además deben ser públicas. También se verifican demoras para poner en marcha este organismo: recién en enero de 2015 se sancionó el decreto que designó a sus miembros.

5.1. Aspectos metodológicos

Para dar cuenta de la situación de la emisora pública argentina respecto de su independencia, tanto desde su diseño institucional y el cumplimiento de sus funciones en relación a las presiones del poder político y económico para desarrollar sus contenidos y línea editorial, como así también el desempeño de los profesionales del periodismo y un control externo sobre sus contenidos, se desarrollaron los siguientes indicadores, divididos en dos secciones:

Subdimensión de premisas formales de la independencia

- A. La emisora cuenta con un consejo directivo u órgano análogo cuyo marco de funcionamiento y toma de decisiones se mantiene independiente del organismo del Estado al que se encuentra formalmente vinculado**
- B. El consejo u órgano similar funciona con un estatuto propio**
- C. Es atribución de este consejo elegir al ejecutivo/s de mayor jerarquía de la emisora**
- D. El ejecutivo de mayor jerarquía de la emisora tiene un mandato específico del que debe rendir cuentas ante el Consejo Directivo u órgano similar.**

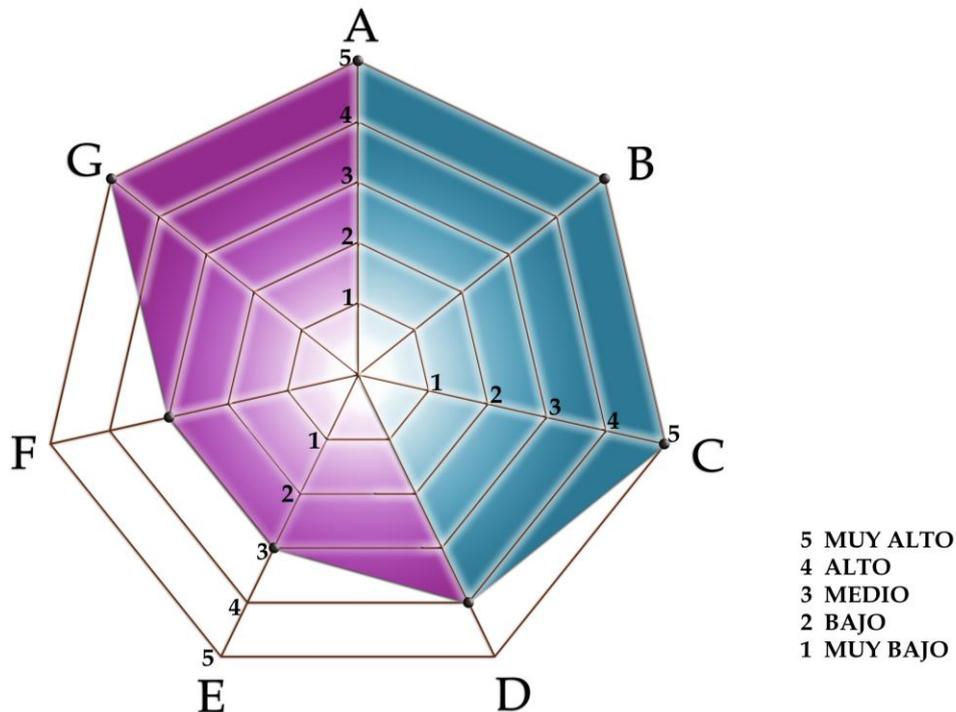
Sub-dimensión de aspectos institucionales de independencia

- E. Los profesionales del periodismo cuentan con autonomía para desarrollar su tarea profesional en programas y noticieros**
- F. La emisora tiene institucionalmente garantizada su independencia para decidir contenidos sin estar sometida a estructuras o mecanismos de autorización gubernamental**
- G. Existen instancias de evaluación estatal no gubernamental de los contenidos, que funcione con independencia de la emisora**

Estos indicadores fueron divididos en dos subgrupos: independencia y aspectos institucionales de independencia. Su operacionalización fue realizada en base a un conjunto de variables que habilitó el relevamiento de modo contrastable a través del análisis de normativas, documentos y entrevista para dar cuenta del ordenamiento institucional de RTA y su desempeño. También se realizaron pedidos de acceso a la información a organismos externos como AFSCA y la Defensoría del Público, relevamientos de informes y monitoreos externos, entre otros.

5.2. Medición

Gráfico 5. Resultados de la dimensión de independencia



Subdimensión de premisas formales de la independencia

- A. Consejo directivo u órgano análogo con funcionamiento independiente
- B. Consejo u órgano similar con un estatuto propio
- C. Elección de ejecutivos de mayor jerarquía de la emisora por parte del Consejo Directivo
- D. Rendición de cuentas del ejecutivo de mayor jerarquía ante el Consejo Directivo u órgano similar

Subdimensión de aspectos institucionales de independencia

- E. Autonomía profesional del periodismo
- F. Independencia institucional de la emisora respecto del gobierno en decisión de contenidos
- G. Instancia estatal no gubernamental de evaluación de contenidos

Subdimensión de premisas formales de la independencia

A. La emisora cuenta con un consejo directivo u órgano análogo cuyo marco de funcionamiento y toma de decisiones se mantiene independiente del organismo del Estado al que se encuentra formalmente vinculado

Se trata aquí de considerar el funcionamiento del Directorio, dar cuenta de su composición y verificar la forma en que se propone como instancia institucional de resguardo de la emisora para su normal funcionamiento. El fundamento de este indicador consiste en que las decisiones en torno a las políticas de la emisora se realicen a través de decisiones

institucionales propias. Operativamente se observará la frecuencia de las reuniones y la presencia de todos los integrantes del Directorio en las mismas. Para dar cuenta de esto se realizarán entrevistas y análisis documental.

1) Se verifica en los decretos de designación de los miembros del Directorio que la composición respeta lo establecido en la LSCA

En su artículo 132, la LSCA establece que el Directorio de RTA estará conformado por 7 miembros:

-Un (1) Presidente designado por el Poder Ejecutivo nacional,

-Un (1) Director designado por el Poder Ejecutivo nacional,

-Tres (3) directores a propuesta de la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, y que serán seleccionados por ésta a propuesta de los bloques parlamentarios de los partidos políticos correspondiendo uno (1) a la primera minoría, uno (1) a la segunda minoría y uno (1) a la tercer minoría parlamentaria.

-Dos (2) a propuesta del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, debiendo uno de ellos ser un académico representante de las facultades o carreras de ciencias de la información, ciencias de la comunicación o periodismo de universidades nacionales.

Durarán en sus cargos cuatro (4) años y podrán ser reelegidos por un período.

La conformación del Directorio se efectuará dentro de los dos (2) años anteriores a la finalización del mandato del Titular del Poder Ejecutivo nacional, debiendo existir dos (2) años de diferencia entre el inicio del mandato de los Directores y del Poder Ejecutivo nacional.

Como se detalló en el apartado anterior, se consideran la composición completa del Directorio a partir de 2012 para valorar esta variable, ya que con anterioridad los bloques de las 2 minorías parlamentarias no habían propuestos sus 2 directores.

A continuación se detallan los números de decreto con sus respectivas designaciones que completan la totalidad de los 7 miembros del Directorio RTA a partir de 2012:

Decreto 1973/2009: Se designa a Tristán Bauer como presidente del Directorio RTA, Eduardo Sergio Daniel Fernández como director por el PEN y Néstor Roberto Cantariño y Alejandro

Verano como directores representantes del Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Decreto 885/2010: Renuncia el director por el PEN, Eduardo Sergio Daniel Fernández.

Decreto 922/2010: Se designa a Alberto Cantero Gutiérrez como director por el PEN (en reemplazo de Fernández).

Decreto 65/2010: Designación de María Beatriz Lenz por el bloque parlamentario de la primera minoría.

Decreto 2254/2012: Designación de los directores de José César Gustavo Cusinato y Marcelo Adolfo Romeu a propuesta de los bloques parlamentarios de segunda y tercera minoría respectivamente.

Decreto 2073/2013: Designación de Tristán Bauer como presidente y Alberto Cantero Gutiérrez como director por el PEN por un segundo período.

Decreto 2075/2013: Designación de Néstor Roberto Cantariño y Alejandro Verano como directores representantes del Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual por un segundo período.

Decreto 2074/2013: Designación de María Lenz, José César Gustavo Cusinato y Marcelo Adolfo Romeu a propuesta de los bloques parlamentario de la primera, segunda y tercera minoría respectivamente.

2) Se verifica en las actas que el Directorio de RTA se reúne regularmente según lo estipulado por la ley de Sociedades del Estado

Se obtuvo acceso a las actas de Directorio de RTA desde fines de 2012, cuando se produjo la conformación en pleno de 7 miembros, y se constata la realización de reuniones periódicas, en general, se registra una reunión mensual.

3) Se verifica en las actas que el directorio de RTA funciona con participación de los miembros representantes de las minorías parlamentarias no oficialistas.

Según la información documentada en las actas de Directorio de RTA, sus 7 miembros participan de las reuniones. Se relevaron las actas desde fines de 2012, cuando se sumaron al Directorio los 2 representantes de las minorías parlamentarias y se constata la firma y rúbrica de todos los integrantes del Directorio en las reuniones.

4) Se verifica en el archivo de versiones taquigráficas del Senado la presentación de informes destinados a la Comisión Bicameral como establece la LSCA.

Se verificó la presentación de informes al Senado por parte de RTA S.E., destinados a la Comisión Bicameral, los cuales son de acceso público. En el mismo se brindan detalles de la gestión de los medios públicos y las acciones que se llevan adelante para cumplir con los objetivos de RTA S.E.

Todas las variables fueron confirmadas a través de las distintas técnicas de relevamiento, por lo tanto la valoración es “Muy alto”.

B. El consejo u órgano similar funciona con un estatuto propio

Para el funcionamiento de RTA S.E. es necesario que cuente con un estatuto social para establecer sus normas de funcionamiento y dar validez legal a sus acciones y decisiones como empresa.

1) Se verifica la existencia de estatuto social de RTA

El Decreto 1526/2009 estableció el comienzo de las funciones de RTA S.E., creada por la LSCA, con fecha 10 de diciembre de 2009. En el Anexo I se establece su estatuto social, modificado luego por el Decreto 1269/2011 que constituye la última versión vigente hasta el 1 de diciembre de 2015.

2) Se verifica en actas que el Directorio desarrolla regularmente las funciones establecidas por su estatuto.

El relevamiento documental realizado sobre las actas del Directorio da cuenta de la operatoria regular y normal de las obligaciones que establece el estatuto social para RTA S.E. No se verifican anormalidades o incumplimientos al respecto.

3) Se verifica en actas que las decisiones clave de RTA y los contratos que superan el monto de contratación directa establecido en el reglamento se aprueban en Directorio (art.134 LSCA)

En efecto, en las actas de Directorio se confirman las decisiones financieras de RTA S.E., las relativas a la selección de cargos jerárquicos, la renovación de contratos de los programas de la grilla de TV Pública y las razones de su conveniencia, etc.

Se confirma a partir del análisis normativo la existencia del estatuto social de RTA S.E. y en las actas de Directorio se verifica a su vez la realización periódica de las reuniones, la asistencia de todos los miembros, el funcionamiento con normalidad del gobierno del organismo y el tratamiento de los temas relevantes y su aprobación. Por lo tanto, la valoración de este indicador es “Muy alto”.

C. Es atribución de este consejo elegir al ejecutivo/s de mayor jerarquía de la emisora

1) Se verifica en actas de Directorio que los directores operativos de la emisora son elegidos por el Directorio de RTA

En el período relevado se observa en actas de Directorio el tratamiento de la incorporación de un director operativo de la emisora pública en todas sus etapas: la definición del perfil del puesto, la publicidad de la búsqueda (contrastado a su vez en Boletín Oficial y web de la emisora), la presentación de los antecedentes del candidato pre seleccionado para el análisis y, si así lo deciden, su aprobación.

2) Se verifica en los decretos de nombramiento del Directorio de RTA y en actas que el mecanismo de designación de los miembros del Directorio no es facultad exclusiva del PEN

El texto de los Decretos citados en el punto A.1. de esta dimensión establecen de forma explícita el surgimiento de la propuesta de cada director, coincidiendo con las que exige la LSCA: Poder Ejecutivo Nacional, primeras 3 minorías parlamentarias del Poder Legislativo a través de la Comisión Bicameral y Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

3) Se verifica que constan en actas de Directorio los fundamentos de selección de los directores operativos de RTA.

En la fecha consultada se verifica el detalle de los fundamentos para la selección de los directores operativos de RTA, que incluye un resumen del Currículum Vitae del postulante y las razones por las cuales sus cualificaciones coinciden con el perfil solicitado para el puesto.

En las actas de Directorio, los decretos de nombramiento de los miembros del Directorio, el Boletín Oficial y la web de la emisora pública se confirma la publicidad de las búsquedas de directores operativos, la participación del Directorio en la aprobación de las contrataciones y la participación de los organismos que establece la LSCA (Comisión Bicameral y Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) en las designaciones de RTA S.E. En consecuencia, la valoración de este indicador es "Muy alto".

D. El ejecutivo de mayor jerarquía de la emisora tiene un mandato específico del que debe rendir cuentas ante el Consejo Directivo u órgano similar.

Este indicador busca verificar que todos los organismos creados por la LSCA cumplan con sus obligaciones: el Directorio de RTA, el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos y los ejecutivos de mayor jerarquía de la emisora pública. De esta forma se garantizan los objetivos del diseño institucional creado por ley: que el Directorio RTA sea el nexo entre la emisora y el Poder Ejecutivo Nacional del que depende y esté conformado de forma plural y colegiada; la participación y composición plural y colegiada del Consejo Consultivo Honorario como órgano de la sociedad civil al que RTA rinde cuentas; y los directivos de mayor jerarquía de la emisora, cuya prioridad es gestionar con independencia y con agilidad (ya que así lo requiere un medio de comunicación), por un lado, pero, al mismo tiempo, responder a las políticas definidas para el canal y dar cuentas de ello.

1) Se verifica en actas de Directorio, decreto de designación o estatuto social que el mandato específico del/os ejecutivo/os de mayor jerarquía se encuentra formalmente documentado.

En los decretos de designación de los directores de RTA S.E. (citados en el punto A.1. de esta dimensión de análisis) se especifica que los mandatos corresponden a un “período de ley” (la LSCA establece que son 4 años). En los casos de renuncia o de vencimiento del primer mandato, se observa el nombramiento de un nuevo director y la renovación por el segundo período que avala la ley, respectivamente. El primer caso corresponde al Decreto 885/2010, que explicita la renuncia el director por el PEN, Eduardo Sergio Daniel Fernández, nombrado en 2009 y pocos días después el nombramiento de su reemplazante, Alberto Cantero Gutiérrez, a través del Decreto 922/2010.

Los decretos que renuevan a los directores por un segundo (y último período según indica la ley) tienen mandato hasta 2017: presidente Tristán Bauer y Alberto Cantero Gutiérrez (Decreto 2073/2013) y Néstor Roberto Cantariño y Alejandro Verano como directores representantes del Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Decreto 2075/2013). Por su parte, el mandato de la directora por el bloque de la primera minoría parlamentaria, María Lenz, fue renovado por el Decreto 2074/2013.

2) Se verifica en actas de directorio que el/os funcionarios de mayor jerarquía informan regularmente de sus acciones al Directorio de RTA.

En el período relevado de las actas de Directorio se observa al menos dos reuniones con participación de funcionarios de jerarquía de la emisora para informar sobre sus acciones, además de otros mecanismos informales (relevados a través de entrevistas) y de presentaciones documentadas, como memorias, entre otras.

3) Se verifica en actas la presentación de informes de gestión ante Consejo Consultivo Honorario.

Se observa una demora en la creación del Consejo Consultivo Honorario, cuyos miembros fueron designados en enero de 2015 a través del Decreto 51/2015 y la primera reunión tuvo lugar el 29 de septiembre de 2015. Al no estar constituido y funcionar periódicamente en el período relevado (2012-2015) esta variable no se verifica. La valoración de este indicador es “Alto”.

Sub-dimensión de aspectos institucionales de independencia

E.Los profesionales del periodismo cuentan con autonomía para desarrollar su tarea profesional en programas y noticieros

Además de las dimensiones financiera y administrativa de la independencia, el Informe realizado para UNESCO por Bucci et al. Identifica como tercera dimensión constitutiva de esta dimensión, la independencia editorial: “la independencia editorial es una especialización de la independencia administrativa, que garantiza que la elección de los programas, equipos y pautas periodísticas sea una decisión interna que no quede en ningún caso supeditada a la aprobación de autoridades externas” (2012:30). En ese sentido, este indicador hace foco en las condiciones institucionales que resguardan la capacidad de decisión profesional de los periodistas de la emisora por considerar que su labor constituye una pieza clave en la prosecución de una independencia editorial. En este sentido, el indicador releva un conjunto de aspectos objetivos que constituyen indicios observables de las condiciones de la labor periodística, y permiten dar cuenta de las herramientas de resguardo frente a formas de presión que éstos pudieran sufrir. Se relevan además los antecedentes de casos de denuncias formales, procesos abiertos sobre situaciones de abuso maltrato, etc. Las técnicas de relevamiento conjugan entrevistas con diversos actores de la emisora y análisis de documentación relativa a procesos legales y expedientes internos.

Este indicador ha sido desplegado en 3 variables y 4 sub-variables:

- 1) *Se releva que los periodistas de la emisora se encuentran institucionalmente protegido contra formas de presión laboral.*

Para dar cuenta de esta variable se establecieron dos condiciones objetivas y contrastables que dan cuenta de un nivel básico de protección laboral de los periodistas: 1.a) Se verifica que la formalidad de las relaciones contractuales de profesionales del periodismo y se constata la existencia de espacios de representación sindical dentro de la empresa que facilitan la protección de los trabajadores a través del instrumentos gremiales. En este sentido, es de destacar que en la empresa actúan tres sindicatos (Asociación de Personal Jerárquico; UTPBA y SAT) y que cuentan con un representante en el Directorio de RTA (Néstor Cantariño). La técnica de relevamiento conjuga información obtenida en entrevistas y análisis documental tanto del Área de RRHH como del Área de Legales. Se complementa la recolección con la solicitud formal (en práctica del derecho reconocido por el Decreto de

Acceso a la Información Pública, 1172/03). Se verifica que ambas variables se cumplen en niveles satisfactorios establecidos por el estudio.

- 2) *Se constata la inexistencia absoluta de denuncias formales (reconociendo como tales tanto a las realizadas por vía judicial como las vehiculizadas en la forma de reclamos sindicales por parte de los sindicatos reconocidos) realizadas ante la emisora o ante RTA.*

Se verifica empíricamente que no existen casos concretos de: 2.a) despidos o sanciones sin causa, 2.b) modificación de tareas que supongan disminución de responsabilidades o descensos de jerarquía sin causa manifiesta. En relación con esta variable, según consta en los registros legales de la empresa, existen dos casos registrados en el año 1999, que motivaron la apertura de una información sumaria (Dec.467/99), uno de los cuales obtuvo una sentencia (Juzgado Federal N°1, instancia de Trabajo N°58, obtuvo una sentencia que desestimó la denuncia (Res. 37/2009) y el otro fue considerado procedente (Res.35/11). Finalmente, se ha tomado en cuenta dentro del relevamiento de esta variable, la existencia de un proceso judicial todavía abierto y cuya sentencia no ha sido dictada, iniciado en agosto de 2013, en el que se denuncia la exclusión arbitraria de un periodista de sus funciones habituales durante una emisión del programa que conduce.

- 3) *No existen denuncias formales sobre casos de abuso o maltrato. Por denuncias formales se identifican aquellas que hayan motivado algún tipo de procedimiento judicial, o intrainstitucional (formalmente documentado) y/o que sean reconocidas o vehiculizadas por los representantes sindicales.*

Se establece en este sentido un estándar muy exigente para la valoración del presente indicador, en la medida en que asume como procedentes –y se toman por válidos para ser contabilizados- la sola existencia de la denuncia siempre que esta siga un curso formal (es decir con independencia de que exista sanción judicial o administrativa) pero además se concibe de forma amplia la noción de “formalidad” incluyendo en ella los reclamos vehiculizados por sindicatos aunque éstos no constituyan expedientes formales. En este sentido, los resultados del estudio reflejan que si bien no existen denuncias formales que hayan motivado procesos administrativos o judiciales, existen una serie de reclamos sindicales vinculados sobre casos de abuso laboral o arbitrariedad en la toma de decisiones que afectan el ejercicio profesional del periodismo. Por este motivo y a pesar de tratarse de reclamos de carácter informal que constan en comunicados de prensa, notas elevadas ante autoridades, etc. o bien son difundidos a través de la web de las agrupaciones sindicales-, se contabilizan en la medición por considerar que su sola circulación en el ámbito institucional, da cuenta de una cierta conflictividad en torno a un tema tan sensible para una emisora pública y que resulta susceptible de dañar aunque sea de modo indirecto las condiciones del trabajo periodístico.

La triangulación de los resultados obtenidos mediante análisis documental y entrevistas registra para este indicador un nivel medio de cumplimiento.

F. La emisora tiene institucionalmente garantizada su independencia para decidir contenidos sin estar sometida a estructuras o mecanismos de autorización gubernamental

La independencia de la emisora entre otras cosas se expresa en las decisiones internas sobre la programación y, a su vez, por la realización de esta programación de forma tal que no haya supervisiones externas a la emisora. El indicador es relevante para observar los niveles de independencia de la institución para decidir sobre sus contenidos y llevarlos a cabo sin supervisión externa. Empíricamente se verificará según parámetros negativos: la inexistencia de intervención de personas externas a la emisora (vinculadas con formas de consultoría, supervisión, control o monitoreo) en los procesos de decisión de producción de los programas. Se valorizará de cumplimiento máximo la verificación plena de este parámetro y de cumplimiento nulo la verificación de cualquier forma de injerencia no justificada por motivos estéticos, técnicos o de contenido. Como técnica de relevamiento se realizarán entrevistas.

1) El organigrama de la emisora garantiza autonomía en la toma de decisiones vinculadas a la programación y a los contenidos.

Se trata de relevar las condiciones institucionales para la toma de decisiones en materia de producción de contenidos por parte de las gerencias involucradas en el proceso. En este sentido, se han considerado dos aspectos en su concurrencia: a) la autonomía institucional de los procesos de decisión respecto de órganos gubernamentales externos a la emisora y b) su posición en el organigrama en función de un esquema de doble autoridad –es decir que debe concitar a la aprobación de dos áreas independientes entre sí y de igual jerarquía- que minimiza riesgos vinculados con la arbitrariedad interna en relación con la toma de decisiones. Se verifica en este sentido que la introducción de nuevos contenidos o la modificación sustancial de la programación vigente contemplan procedimientos de aprobación interna por parte de la Gerencia Artística (dependiente de la Dirección Ejecutiva de TV Pública) y por parte de la Dirección de Administración y Finanzas de RTA. La exigencia de ambas Direcciones respecto del Directorio de RTA, constituido por representantes de diversos espacios políticos y sociales, funciona como resguardo, además frente a potenciales riesgos de presión por parte de factores gubernamentales o de poder económico y corporativo.

2) Las decisiones de programación y contenidos se someten a aprobación por parte de un Directorio u órgano directivo que expresa pluralidad institucional y política.

La definición de la contratación de productoras, su renovación o la inclusión de nuevos programas en la grilla del canal reciben aprobación por el Directorio de RTA, conformado de forma plural, según consta en las actas relevadas desde 2012 hasta 2015.

3) *Se verifica en AFSCA y Defensoría del Público la inexistencia de denuncias formales vinculadas con la falta de independencia de la emisora.*

En la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual consta un reclamo sobre la presunta ausencia de pluralismo político en el sistema público de medios. Ante este reclamo la Defensoría dio lugar a la Actuación N° 7/2012 para impulsar la conformación del Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos, previsto en el artículo 124 de la LSCA. Finalmente se nombraron a los integrantes del Consejo en enero de 2015.

En el marco de la misma Actuación la Defensoría promovió la aprobación de un código de ética y el establecimiento de los mecanismos de control a efectos de verificar transgresiones a sus disposiciones, obligación presente en el art. 134 inc. c) de la LSCA para los medios que integran RTA S.E. Se generaron mesas de debate con representantes de RTA, la defensora del Público, Cynthia Ottaviano y se remitió el documento “Idas y orientaciones para la elaboración de un código de ética”. Se elaboraron reuniones para elaborar el Código de Ética de las que participaron el académico Damián Loreti, representantes del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) y la secretaria general de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA). Por su parte, la gerencia de noticia y la comisión interna de la TV Pública coincidieron en proponer que la Defensoría asistiera a todas las sesiones de trabajo.

Como parte de esta misma Actuación, por último, la Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo elaboró un informe que fue puesto en conocimiento de RTA y de la denunciante y que fue publicado en el sitio web de la Defensoría. También tuvo difusión en medios de comunicación. El documento ofrece precisiones categoriales para dar una mayor rigurosidad al planteo original sobre pluralismo político.

A partir de lo observado el resultado de este indicador es “Medio”.

G. Existen instancias de evaluación estatal no gubernamental de los contenidos, que funcione con independencia de la emisora

Este indicador resulta relevante puesto que las premisas de independencia deben ser protegidas en una emisora estatal mediante todos los recursos posibles. Además de la participación ciudadana y de los diversos mecanismos de control de su funcionamiento, la existencia de equipos profesionales de investigación y análisis de contenido, resulta una herramienta importante por su capacidad calificada para estudiar cualitativamente aspectos relativos al contenido de la programación y sus efectos. Para este análisis se consideran los estudios y relevamientos realizados por AFSCA, la Defensoría del Público y el Observatorio contra la Discriminación en Radio y Televisión, conformado por la Autoridad de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) y el Consejo Nacional de las Mujeres (CNM), cuyos análisis

incluyen el desempeño de la emisora pública. El resultado obtenido para este indicador es “Muy alto”.

Se verifica la existencia de instancia/s estatal/es de gestión externa a la emisora y que estas tienen potestad de:

1) Llevar adelante investigaciones o análisis sobre el contenido de la emisora.

Tanto AFSCA, como la Defensoría del Público y el Observatorio contra la Discriminación generan materiales de consulta, informes y análisis de forma permanente sobre los medios audiovisuales abiertos que incluyen a la TV Pública. Por sólo mencionar algunos de los más recientes:

- “Monitoreo de niñez y adolescencia en magazines de TV abierta”, (2015, AFSCA)
- Recomendaciones para una comunicación inclusiva (2015, AFSCA)
- Tratamiento informativo acerca del fallo judicial, en relación al abuso sexual a un niño (2015, AFSCA)
- Informe sobre el tratamiento informativo del caso Priscila Lafuente Leguiza (2014, AFSCA)
- Implicancias del derecho a la privacidad e intimidad familiar de niñas, niños y adolescentes en programas de noticias, entretenimiento y ficción (2015, AFSCA)
- Recomendaciones para las representaciones de niños, niñas y adolescentes en programas televisivos de entretenimiento (2015, AFSCA)
- Cobertura periodística de femicidios (2014, Observatorio)
- Monitoreos de Programas Noticiosos de Canales de Aire de la Ciudad de Buenos Aires (2013 y 2014, Defensoría del Público)
- Proyectos de Investigación Orientados (PIO) en comunicación, derecho a la información y construcción de ciudadanía comunicacional (CONICET-Defensoría, lanzado fines de 2014)
- Guía para el tratamiento mediático responsable de la Salud Mental (Defensoría)
- Observatorio de Salud y Ambiente (Defensoría)
- Informe sobre la cobertura televisiva del caso Ángeles Rawson (Defensoría)

2) Hacer recomendaciones a la emisora.

Tanto la Defensoría como el Observatorio hacen recomendaciones a la TV Pública a partir de sus relevamientos y monitoreos.

A su vez, está documentada participación activa de comunicadores y comunicadoras de la TV Pública en la elaboración de Guías de Tratamiento de diversas temáticas surgidas de la preocupación de las audiencias, entre otras sobre Policiales, Salud Mental y Suicidios, Identidad de Género y Diversidad Sexual, Violencia contra las Mujeres y Desastres y Catástrofes.

3) *Sancionar a la emisora por incumplimiento de las normativas relacionadas al contenido.*

El único organismo con poder sancionatorio es la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). La normativa argentina no regula sobre contenidos, solamente establece cuotas de pantalla para promover la producción de contenidos nacionales y locales. Por otra parte, también define límites en los horarios de la programación para la protección al menor. También se protege los derechos de niños, niñas y adolescentes en los contenidos de la programación. Todos estos aspectos son supervisados por AFSCA, para velar por su cumplimiento en todo el sistema de medios audiovisuales argentinos, entre los que se incluye la TV Pública.

4) *Verificar que no se vulneren derechos en los contenidos de la emisora.*

En efecto, entre las infracciones en trámite informadas por este organismo entre 2012 y 2015 figuran algunas relativas al contenido de la emisora, por ejemplo los Expedientes 511/14 y 3249/14 relativos al artículo 68 de la LSCA, de protección de la niñez y contenidos delicados.

Capítulo 6

Fuentes de financiamiento

Las formas en las que se financian las emisoras públicas es uno de los temas más controversiales para definir el carácter del servicio que se está ofreciendo. Según se consigna en el documento utilizado como base para este trabajo:

Si la emisora pública es financiada por fondos públicos, es preciso garantizarle protecciones jurídicas contra la injerencia de quienes administran dichos recursos dentro del marco del Estado. Por otra parte, si la emisora es parcialmente financiada por anunciantes, es preciso garantizar que no quede subordinada a las exigencias y los cobros del mercado. (Bucci, et al., 2012: 31).

El modo de financiamiento, tanto como los reparos a la influencia que ese financiamiento pueda tener, están íntimamente ligados al grado de autonomía e independencia de la emisora. Sobre este aspecto, Margarita Graziano advertía en sus “Directrices generales para una política de comunicación social”, sobre la necesidad de “regular y orientar la actividad publicitaria comercial en los medios tanto desde el punto de vista de la fijación del tiempo asignado a la misma como desde la óptica de los contenidos.” (1986: 82) Para UNESCO (2008):

Una definición aceptada de los medios de servicio público es así: Los Medios de Servicio Público (MSP) son hechos y financiados por el público, bajo el control del público, y para el público. No son ni comerciales ni estatales, y están libres de la interferencia política y la presión de las fuerzas comerciales. (UNESCO, 2008: 37)

Sin embargo, es menester considerar la historia de cada uno de los sistemas de medios sobre los que se estén haciendo estas consideraciones, tanto de su contexto de surgimiento como de su desarrollo. La prerrogativa del financiamiento exclusivamente público, sin injerencia bajo ningún concepto de la publicidad privada, parece estar pensada para los sistemas de servicio público puro, aquellos que surgieron bajo el impulso exclusivo de los Estados de los países en los que se desarrollaron, y que le dieron a los medios de gestión pública surgidos en esos contextos unas características específicas, que no necesariamente se replicaron en todos los sistemas de medios audiovisuales.

En muchos países de la región, incluida la Argentina, el nacimiento de los medios públicos se produjo en un contexto de convivencia (y muchas veces de preexistencia) de

medios de gestión privada, cuyo modelo de financiamiento impactó sobre la concepción que, en su inicio, incorporaron para sí los medios de gestión pública. En tal sentido, establecer el modo de financiamiento como un requisito indispensable para garantizar autonomía impediría observar en los medios públicos nacidos en este segundo contexto cómo han sido las relaciones, siempre en tensión, entre quienes aportan sus recursos vía publicidad (pública y privada) y la gestión de contenidos y línea editorial de las emisoras.

El surgimiento y desarrollo de la radio en la década de 1920 y luego de la televisión dos décadas después respondió en sus orígenes a dos modelos predominantes a nivel mundial:

- El modelo norteamericano, cuya estructura se consolidó en unas pocas, influyentes y poderosas redes privadas sujetas a control público y financiadas mediante publicidad comercial.
- El modelo británico (europeo), caracterizado por la hegemonía centralizada de un monopolio público de los servicios, financiados por diversos tipos de contribuciones de la propia audiencia.

El primero generó una programación para grandes audiencias, propensa a excluir los temas educativos o formativos. El segundo, organizó una programación destinada a la educación del gusto, entendido éste según los cánones de las clases cultivadas (Postolski, 2010). Estos monopolios estatales entraron en crisis a partir de algunas privatizaciones y el ingreso de nuevos operadores privados en la década de 1980/1990, lo que dio lugar a un sistema mixto de corporaciones públicas y medios privados. Desde entonces algunos países han habilitado la venta de publicidad para los medios públicos (con muchas restricciones a veces, en distintas condiciones que los medios privados) y se asiste a una crisis de financiamiento en la mayoría de los casos.

Ninguno de los dos modelos logró desarrollarse de manera pura y acabada en América Latina; más bien, la coexistencia y, muchas veces, la competencia entre los dos modelos fueron dando al sistema de medios audiovisuales, y a los medios públicos en particular, características singulares en cada país. Ese desarrollo fue incorporando elementos de uno y otro modelo según los avatares propios de cada proceso de desarrollo audiovisual, ligados a los acontecimientos políticos de cada país. En la última década los escenarios audiovisuales en la región experimentaron cambios significativos, con la creación de nuevos medios y señales públicas o el impulso de aquellos existentes. En el caso argentino, desde 2002 se observa un incipiente cambio en relación a las medidas adoptadas en este campo, que tomaron un signo diferente a la lógica de reducción y desfinanciamiento aplicada en la década de 1990. Luego de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), en 2009, se profundizó un cambio de paradigma.

El financiamiento de la TV Pública en la Argentina

Al realizar un breve recorrido histórico en relación a la financiación del canal público durante las últimas décadas, se observa una política signada por el desfinanciamiento e incluso una posible privatización en los años '90. En ese momento la emisora era denominada Argentina Televisora a Color (ATC), nombre que recibió durante la última dictadura militar cuando comenzó a transmitir a color. La normativa, el Decreto/Ley 22285 vigente desde 1980, agrupaba dentro de la figura del Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR) al canal público de televisión, Radio Nacional y su red de emisoras y las estaciones de Radiodifusión Argentina al Exterior (RAE). En relación a las fuentes de financiamiento, el SOR no tenía permitido generar ingresos por publicidad, sólo podía financiarse a través del presupuesto nacional, donaciones y una parte de lo recaudado por el organismo de aplicación, en ese momento el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER).

Esta disposición fue modificada en 1992 a través del Decreto 1656/92, que autorizó la venta de publicidad de forma directa, como una forma de aumentar el magro presupuesto de los medios públicos. Las gestiones al frente del canal fueron muy cuestionadas por un discrecional manejo de la pauta publicitaria, en especial cuando estuvo al frente Gerardo Sofovich, quien lanzó el slogan "Ahora también competimos (ATC)" para la emisora. En marzo de 1992 la figura jurídica del canal pasó de ser Sociedad del Estado a Sociedad Anónima por decreto, con un modelo de organización similar al del sector privado. Sobre este aspecto, Diego Rossi explica: "La reestructuración (y su consiguiente licuación de pasivos a cargo del Estado) fue considerada por muchos el preámbulo de la privatización parcial del canal, hecho que finalmente no se concretó". (Rossi, 2005: 244)

Sobre el final de la década de 1990, días antes del cambio de gobierno y luego de dos términos consecutivos de Carlos Menem a cargo del Ejecutivo, el Congreso, con mayoría oficialista, sancionó la Ley N° 25208, promulgada el 24 de noviembre de 1999. Esa norma creaba Radio y Televisión Argentina (RTA), que nucleaba a ATC Sociedad Anónima, Radio Nacional y el SOR en la figura de una sociedad estatal no gubernamental controlada por el Congreso. Pocos días después de asumir, el nuevo presidente Fernando De la Rúa vetó esa ley a través del Decreto 152/99. En los considerandos del decreto se mencionan las razones que motivaron ese veto, entre las que se destaca una cuestión presupuestaria, ya que la puesta en vigencia de la nueva ley provocaría "la merma de los recursos y un incremento de los gastos para la Administración Nacional".

En enero de 2001, el Poder Ejecutivo sancionó un nuevo decreto que creó el Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP), también conocido como el "Multimedios oficial", ya que reunía a Canal 7, el SOR y la agencia nacional de noticias Télam. En su Anexo I, el Decreto 94/2001 planteaba nuevas reglas de administración financiera para el SNMP que implicaban un recorte en su presupuesto por los ingresos provenientes del Estado y del COMFER. De esta forma se estableció un desfinanciamiento progresivo de los medios públicos que estaban obligados a emitir más publicidad para compensar la merma del presupuesto del erario público, en el mejor de los casos. La exigencia de competir con los medios privados para disputar la pauta publicitaria con contenidos guiados únicamente por la lógica del rating aleja a

una emisora pública de sus objetivos y función social hacia la ciudadanía. Esta medida era además abrupta tanto en proporción del presupuesto como en los plazos que planteaba:

Los ingresos de Operación deberán financiar como mínimo el 34% de los gastos corrientes en el ejercicio 2001. Esta relación deberá ser como mínimo del 44% y del 64% en los ejercicios 2002 y 2003, respectivamente. En los ejercicios sucesivos la relación porcentual mínima será del 70%. (...)

En los ejercicios presupuestarios 2001, 2002 y 2003 el aporte estatal, incluida la transferencia del COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION (COMFER) no podrá superar los importes de \$ 57.000.000, \$ 46.000.000 y \$ 27.600.000, respectivamente.

Para los ejercicios sucesivos el aporte estatal será de hasta \$ 24.000.000.

A fines de ese mismo año, la crisis económica, política, social e institucional del país hizo que el 20 de diciembre renunciara el entonces presidente Fernando De la Rúa, luego de masivas manifestaciones en todo el país que fueron brutalmente reprimidas. Si bien el Decreto 94/2001 no fue derogado hasta la sanción de la Ley N° 26522 de 2009, la figura del SNMP sufrió algunas modificaciones y no fue desfinanciada como establecía su Anexo I. Paulatinamente, los medios públicos fueron recibiendo un mayor presupuesto a medida que el país comenzó a superar la crisis, lo que permitió algunas renovaciones de equipamiento tecnológico, el cual estaba prácticamente obsoleto. Se realizaron algunas inversiones para crear nuevas señales públicas como Encuentro (dependiente del Ministerio de Educación de la Nación) y Telesur, junto a otros países.

A partir de la creación de Radio y Televisión Argentina (RTA S.E.) en 2009 a través de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se estableció un capítulo específico sobre el financiamiento de la nueva figura que nuclea a los medios públicos y que integra el canal (TV Pública). Allí se establece una variedad de fuentes, entre las que se encuentra la publicidad. En la legislación argentina, los medios públicos pueden contratar publicidad en forma directa y sobre ese aspecto están regulados con los mismos derechos y obligaciones que se exige a todo el sistema audiovisual.

6.1. Aspectos metodológicos

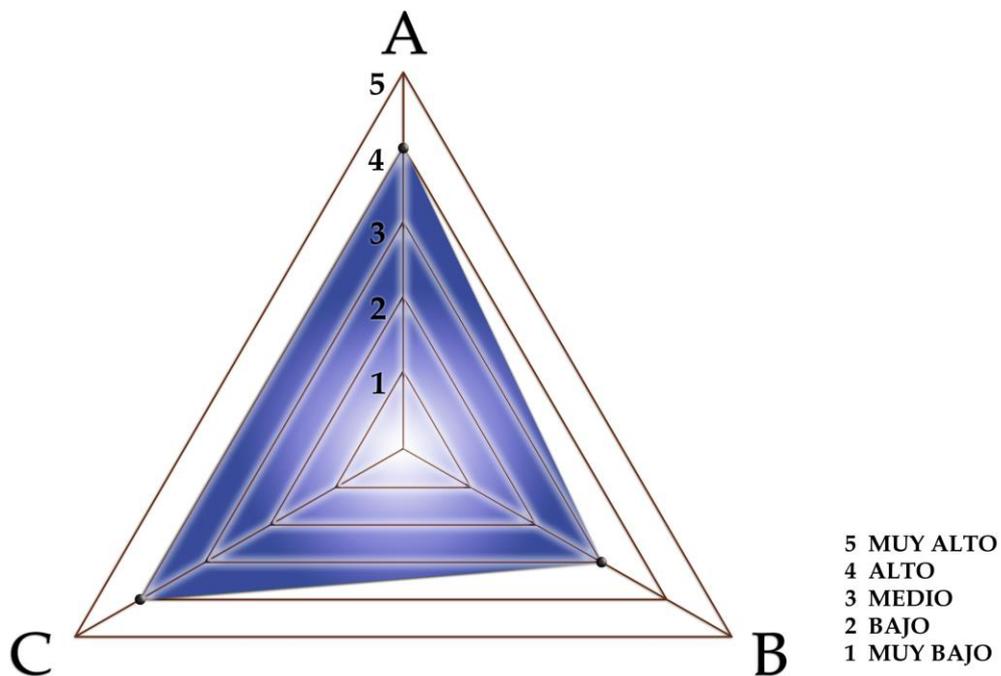
Para dar cuenta de las fuentes de financiamiento de la emisora pública argentina se desarrollan 3 indicadores operacionalizados en un conjunto de variables para permitir relevar de modo contrastable el efectivo cumplimiento de lo que dispone la normativa vigente en este punto: que la contratación de publicidad o el financiamiento estatal no interfiera en la toma de decisiones a nivel de los contenidos y que la asignación de recursos por parte del Estado sea estable y periódica. Las técnicas de relevamiento incluyen entrevistas a autoridades del área comercial, análisis de documentos internos y externos, pedidos de acceso a la información pública a organismos externos y de control de la emisora, visualización de la pantalla del

canal en relación a los tiempos y características de la publicidad emitida, entre otros.

- A. Los mecanismos de financiamiento de la emisora se encuentran explicitados en normativas vigentes**
- B. La emisora se encuentra institucionalmente protegida con respecto a diversas contingencias y formas de presión gubernamental en materia de manejo de fondos**
- C. El área o las áreas responsables del diseño de la programación y ejecución operativa trabajan con criterios propios y autónomos respecto del área de captación de recursos**

6.2. Medición

Gráfico 6. Resultados de la dimensión financiamiento



- A. Mecanismos de financiamiento explicitados en normativa vigente
- B. Protección de manejo de fondos ante presión gubernamental
- C. Diseño de programación autónoma respecto de captación de recursos

A. Los mecanismos de financiamiento de la emisora se encuentran explicitados en normativas vigentes

El financiamiento de las televisoras públicas depende en muchas ocasiones de las políticas que lleve adelante el gobierno de un país. Si la forma de financiarse de la emisora está establecida legalmente facilitando su funcionamiento e independencia posibilitará por un lado la planificación e institucionalización de las políticas internas de desarrollo, promoción e innovación estética y tecnológica, además de proteger el derecho de la ciudadanía a acceder a la comunicación y la información.

Este indicador se verifica mediante la comprobación de la existencia de una ley que defina de forma explícita cómo se financia la emisora pública de televisión. En un punto intermedio puede existir algún tipo de reglamentación de la forma de financiamiento pero que no revista el carácter de ley nacional. Para esto se realizará un análisis documental.

1) El financiamiento de la emisora está previsto en una norma legal de rango nacional que se encuentra vigente.

A partir del relevamiento y análisis normativo argentino en materia de radiodifusión se corrobora que el Capítulo IV de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522 sancionada en 2009 trata de forma específica el financiamiento de los medios públicos (Radio y Televisión Argentina –RTA S.E.).

2) La normativa prevé una variedad de fuentes de financiamiento que combina la generación de recursos comerciales con asignaciones presupuestarias provistas por el Estado.

En el art. 136 de la LSCA se reconoce una diversidad de fuentes de financiamiento, que combina la generación de recursos propios con fuentes provenientes del erario público: el 20 por ciento de los gravámenes de la actividad que recauda el organismo de aplicación; asignaciones presupuestarias; venta de publicidad; comercialización de su producción audiovisual; auspicios o patrocinios; y legados, donaciones u otra fuente de financiamientos para perseguir sus objetivos y autorizadas por su naturaleza jurídica (Sociedad del Estado). A su vez, dispone que los medios públicos estén exentos del pago de gravámenes que deben abonar los medios privados con y sin fines de lucro (art. 137)

3) Existe una normativa subsidiaria que reglamenta los porcentajes de participación de cada una de las fuentes de financiamiento, establece cuotas y mínimos.

Si bien reconoce esta variedad de fuentes de financiamiento no establece porcentajes máximos con respecto a los ingresos que pueden originarse por la venta de publicidad para los medios públicos (y evitar así que la lógica comercial del rating se interponga con los objetivos de un servicio público de radiodifusión). Tampoco está reglamentado un porcentaje o monto mínimo que debe estar constituido por el erario público.

Sin embargo, la emisora pública cuenta con límites en los tiempos de emisión de publicidad en su programación. Se aplica la misma regulación a todos los radiodifusores del sistema audiovisual argentino según el art. 82 de la Ley 26522:

- a) Radiodifusión sonora: hasta un máximo de catorce (14) minutos por hora de emisión.*
- b) Televisión abierta: hasta un máximo de doce (12) minutos por hora de emisión.*
- c) Televisión por suscripción: los licenciatarios podrán insertar publicidad en la señal de generación propia, hasta un máximo de ocho (8) minutos por hora.*
- f) Los licenciatarios y titulares de derechos de las señales podrán acumular el límite máximo horario fijado en bloques de hasta cuatro (4) horas por día de programación.*

La normativa también establece topes de publicidad oficial que podrán recibir los servicios de carácter privado comercial o sin fines de lucro.

Por otra parte, en su art. 76 se establece la obligación de los radiodifusores de emitir los avisos oficiales y de interés público que se soliciten por medio de la autoridad de aplicación (AFSCA), sin cargo. Esas campañas de interés público no podrán tener una duración mayor a los 120 segundos y no se computarán dentro del límite de tiempo de publicidad habilitado para las emisoras.

4) Existe una normativa subsidiaria que reglamenta plazos de asignación de partidas.

No se observa la existencia o vigencia de una norma específica para la emisora pública, a tal efecto en la Argentina rige una Ley General de Presupuesto Nacional Anual que sanciona el Congreso Nacional, atribución que le otorga la Constitución Nacional en su art. 75, inc.) 8: “fijar anualmente (...) el presupuesto general de gastos y cálculo de recursos de la administración nacional, en base al programa general de gobierno y al plan de inversiones públicas y aprobar o desechar la cuenta de inversión”. El proyecto de ley se origina en el Poder Ejecutivo, que envía una planificación de los ingresos que recibirá el Gobierno y cómo se realizará el gasto público durante el próximo período en todas las áreas de la economía. La ejecución de ese presupuesto es a su vez controlada por los tres poderes del Estado.

Con motivo de la grave crisis económica que atravesó el país en diciembre de 2001, en enero de 2002 se aprobó la Ley 25561 de Emergencia Pública y de Reforma del Régimen Cambiario. En su art. 1 se declara la emergencia pública en materia social, económica, administrativa, financiera y cambiaria, “delegando al Poder Ejecutivo nacional las facultades comprendidas en la presente ley, hasta el 31 de diciembre de 2004”, plazo que fue prorrogado consecutivamente y está vigente hasta el 31 de diciembre de 2017, a partir de la última ley que lo prorrogó (art. 1° de la Ley N° 27.200 B.O. 04/11/2015).

Esas facultades comprenden:

1. *Proceder al reordenamiento del sistema financiero, bancario y del mercado de cambios.*
2. *Reactivar el funcionamiento de la economía y mejorar el nivel de empleo y de distribución de ingresos, con acento en un programa de desarrollo de las economías regionales.*
3. *Crear condiciones para el crecimiento económico sustentable y compatible con la reestructuración de la deuda pública.*
4. *Reglar la reestructuración de las obligaciones, en curso de ejecución, afectadas por el nuevo régimen cambiario instituido en el artículo 2°.¹⁷*

Esta ley otorga facultades especiales al Poder Ejecutivo y un aspecto criticado desde algunos sectores es la utilización de reasignación de partidas presupuestarias que funciona como una forma discrecional de aumentar el gasto público, sin contar con la aprobación del Poder Legislativo en el contexto actual de crecimiento económico.

Se observó que el financiamiento de la emisora está previsto en una norma legal vigente de rango nacional, y que esta normativa prevé variedad de fuentes de financiamiento combinando la generación de recursos comerciales con asignaciones presupuestarias provistas por el Estado. Se verifica de forma parcial los plazos para la transferencia de recursos y tampoco se comprobó la existencia de una normativa que reglamente los porcentajes de participación de cada una de las fuentes de financiamiento, estableciendo cuotas y mínimos (sólo para la publicidad, los mismos que rigen para el sistema de medios en su conjunto), por lo tanto la valoración de este indicador es “Alto”.

B. La emisora se encuentra institucionalmente protegida con respecto a diversas contingencias y formas de presión gubernamental en materia de manejo de fondos

Este indicador propone establecer qué fuentes de financiamiento están habilitadas para la emisora y su grado de institucionalización, lo cual es importante para dar un resguardo tanto de la injerencia de los gobiernos sobre la línea editorial de la emisora (a través de demoras en la emisión de partidas presupuestarias) como de la discrecionalidad y reducción del financiamiento público con los cambios de autoridades en el Poder Ejecutivo nacional. Plantea reconocer a través de variables contrastables y medibles que se hayan generado mecanismos institucionales de asignación de recursos que limiten la posibilidad del

¹⁷ Esto último corresponde a la modificación de la Ley de Convertibilidad que establecía la paridad cambiaria entre el peso argentino y el dólar estadounidense desde marzo de 1991 (Ley 23928).

Poder Ejecutivo de limitar los fondos que corresponden a la emisora pública para su normal desempeño.

1) Los procedimientos de asignación de recursos por parte del Estado están determinados en una ley.

A partir de lo que establece el art. 136 de la LSCA, los recursos originados por el erario público y su forma de adjudicación son:

- a) El veinte por ciento (20%) del gravamen creado por la presente ley, en las condiciones de distribución establecidas por la misma;*
- b) Asignaciones presupuestarias atribuidas en la Ley de Presupuesto Nacional.*

El 20 por ciento de lo recaudado por gravámenes proviene del tributo que se aplica a los titulares de los servicios de comunicación audiovisual de gestión privada. El art. 94 establece que “tributarán un gravamen proporcional al monto de la facturación bruta correspondiente a la comercialización de publicidad tradicional y no tradicional, programas, señales, contenidos, abonos y todo otro concepto derivado de la explotación de estos servicios”. La ley además dispone que el porcentaje de ese monto que corresponde a RTA S.E. debe ser transferido en forma diaria y automática a través del Banco de la Nación Argentina (art. 136).

2) Las fuentes contemplan la generación de recursos propios.

El mismo art. 136 de la LSCA también menciona la posibilidad de la emisora de generar recursos propios:

- a) Venta de publicidad;*
- b) La comercialización de su producción de contenidos audiovisuales;*
- c) Auspicios y patrocinios;*
- d) Legados, donaciones y cualquier otra fuente de financiamiento que resulte de los actos celebrados conforme los objetivos de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado y su capacidad jurídica.*

En relación a la venta de publicidad, la emisora pública tiene los mismos derechos y obligaciones que los demás radiodifusores del sistema audiovisual argentino. En relación a los tiempos de publicidad, los mismos ya fueron explicitados en el punto **A.3**. A continuación se explicitan también las regulaciones que debe cumplir la TV Pública en relación a la producción y contenidos de los mensajes publicitarios, según establece el art. 81 de la LSCA:

- a) Los avisos publicitarios deberán ser de producción nacional cuando fueran emitidos por los servicios de radiodifusión abierta o en los canales o señales propias de los servicios por suscripción o insertas en las señales nacionales.*
- g) Se cumplirá lo estipulado para el uso del idioma y la protección al menor.*
- i) Los avisos publicitarios no importarán discriminaciones de raza, etnia, género, orientación sexual, ideológicos, socio económicos o nacionalidad, entre otros; no menoscabarán la dignidad humana, no ofenderán convicciones morales o religiosas, no inducirán a comportamientos perjudiciales para el ambiente o la salud física y moral de los niños, niñas y adolescentes.*
- n) La instrumentación de un mecanismo de control sistematizado que facilite la verificación de su efectiva emisión.*
- ñ) Cada tanda publicitaria televisiva se deberá iniciar y concluir con el signo identificador del canal o señal, a fin de distinguirla del resto de la programación.*

Además, la ley reglamenta la emisión de publicidad que estimule el consumo de bebidas alcohólicas o tabaco, los programas dedicados exclusivamente a la promoción o venta de productos, los anuncios, avisos y mensajes publicitarios promocionando tratamientos estéticos y/o actividades vinculadas al ejercicio profesional en el área de la salud, la publicidad de juegos de azar y los programas de publicidad de productos, infomerciales y otros de similar naturaleza.

3) Existen mecanismos autorregulados para la transferencia de fondos.

En efecto, en lo que refiere a la percepción del 20 por ciento de los gravámenes que percibe la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, se especifica en el art. 136 de la Ley que “el Banco de la Nación Argentina transferirá en forma diaria y automática a Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado el monto de lo recaudado en concepto de gravamen que le corresponde”.

4) Durante los últimos años (2012 a la fecha) se verifica una asignación estable y regular de fondos provenientes del Poder Ejecutivo.

A partir de las actas de Directorio de RTA, el acceso a los balances contables de RTA y las entrevistas realizadas a informantes de la Dirección de Finanzas y Legales de RTA y de la TV Pública y personal de la Sindicatura General de la Nación, se confirma una asignación estable y regular de fondos por parte del Poder Ejecutivo Nacional.

Los procedimientos de asignación de recursos por parte del Estado están determinados por ley, aunque con ciertos grados de discrecionalidad. Se contempla la generación de recursos propios y la existencia de mecanismos autorregulados para la transferencia de fondos, en relación a una de las fuentes de financiamiento. La asignación,

desde el año 2012 a la fecha, de los fondos provenientes del Poder Ejecutivo se realiza de forma estable y regular. La valoración de este indicado es “Medio”.

C. El área o las áreas responsables del diseño de la programación y ejecución operativa trabajan con criterios propios y autónomos respecto del área de captación de recursos

Se observa si la emisora contempla lo que establece la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en relación a la publicidad comercial. Se fundamenta el indicador en la necesidad de cumplir con lo establecido por la ley vigente respecto del financiamiento por medio de pauta publicitaria comercial. Empíricamente se observa si la emisora cumple con todos los puntos señalados en la LSCA acerca la pauta publicitaria. Para esto se realizan entrevistas y análisis de contenido.

El área comercial que debe captar recursos tiene que estar separada del área de programación que decide qué contenidos incluir en la grilla. Esto es fundamental para garantizar la independencia impidiendo que se decidan las decisiones de contenido a partir de lo meramente financiero. Se fundamenta este indicador en que a diferencia de los criterios que rigen a las emisoras comerciales, el carácter público de una emisora permite la promoción de contenidos y formatos que no se encuentren directamente subordinados a los objetivos de captación de recursos financieros. La técnica recolección de datos es la entrevista, el análisis documental y el análisis de contenido.

- 1) *Según el organigrama las áreas de programación y operaciones cuentan con una autonomía garantizada con respecto al área de recursos.*
- 2) *Se verifica mediante entrevista que los circuitos de toma de decisiones en materia de contenidos (entrada/salida de programa en grilla; modificaciones sustanciales) son tomadas por el área de programación o artística en primer lugar y tienen un pasaje secundario por áreas comerciales y financieras.*

Por medio de entrevistas y acceso al organigrama de la emisora se verifica la autonomía de las áreas en el desempeño de sus tareas y objetivos. La lógica del rating, el denominado “minuto a minuto” y la perspectiva comercial no tiene impacto en las decisiones artísticas y periodísticas al momento de definir los contenidos de la emisora. Esta información se constata además, mediante el relevamiento de una muestra de expedientes de programas.

- 3) *Se verifica en pantalla que la programación no presenta indicios de estar subordinada a la captación de recursos económicos:*
 - a) *La programación diaria no excede los 12 minutos de publicidad*

b) No se identifica en la pantalla la venta de espacios de contenido o programas especiales.

c) Los segmentos dedicados a formas de PNT no resultan invasivos y se encuentran integrados a la artística de los programas.

d) Las tandas publicitarias inician y concluyen con el signo identificador del canal.

A través de entrevistas con la Gerencia Comercial y el acceso a documentos internos y externos se confirma que la publicidad que emite la TV Pública no supera el máximo establecido por ley en cuanto al porcentaje establecido por la LSCA.

Esta información se corrobora a su vez con la visualización en pantalla de una semana artificial organizada con distintos días y horarios que confirma el cumplimiento de esos parámetros, además del cumplimiento del signo identificador del canal al comienzo y finalización de la tanda como también el uso no invasivo de la Publicidad No Tradicional (PNT).

Tabla 42. Modalidad de inserción de publicidad no tradicional (PNT) en la programación

Modalidad	Frecuencia
Integrada artísticamente	5%
No integrada pero tampoco invasiva	25%
Interrumpe desarrollo del programa	8,3%
Programas sin PNT	64,2%

Ahora bien, se observó que un 11,8% de los programas visualizados presentaban venta de espacios de contenido. Junto con esto, si bien el 64,2% de los programas no incluyen publicidad no tradicional, en el 8,3% de los programas la misma interrumpe su desarrollo y en el 25% de los mismos la misma no es invasiva pero tampoco está integrada artísticamente. Se destaca positivamente que el 96,6% de los programas visualizados presentaron la placa de inicio de espacio publicitario.

Tabla 41. Presencia en programación de venta de espacios de contenido

Observación en programas	Frecuencia
Con venta de espacios de contenido	11,8%
Sin venta de espacios de contenido	88,2%
Total	100%

Tabla 43. Colocación de placa de inicio de espacio publicitario en la programación

Placa de inicio de espacio publicitario	Frecuencia
Se colocó placa	96,6%
No se colocó placa	3,4%
Total de programas	100%

4) *Las decisiones de programación son revisadas y aprobadas por el Directorio*

Se verifica en actas de Directorio la validación de este organismo en las decisiones de contratos, renovaciones e incorporación de nuevos programas en la pantalla.

Según organigrama las áreas de programación y operaciones cuentan con autonomía respecto del área de asignación de recursos, así como se verificó que el circuito de toma de decisiones en materia de contenidos comienza por el área de programación o artística y luego secundariamente pasa por áreas comercial y financiera. Además, las decisiones de programación son revisadas y aprobadas por el Directorio.

El resultado de este indicador es "Alto".

Capítulo 7

Seguimiento de audiencias

La dimensión que propone pensar el seguimiento de audiencias que hace la emisora se enfrenta a numerosos desafíos. El primero de ellos es definir qué se entiende por audiencias. El uso cotidiano de la palabra remite a la medición de televidentes, al éxito cuantitativo de un discurso televisivo determinado. El “rating” es entonces el elemento que monopoliza las discusiones sobre la problemática de las audiencias.

Desde el momento que se enfrenta una investigación sobre un medio público, la primera operación debe ser correr esa construcción hegemónica y pensar las audiencias asociadas a la lógica de servicio público que conlleva una emisora pública. El debate es intenso y extenso. Hay que decir, en principio, que no basta con los mecanismos cuantitativos más habituales (medición de rating en sus diferentes formas) para ponderar el grado de satisfacción de la audiencia de una emisora pública, en este caso, por el eventual “éxito” de sus emisiones. UNESCO define a los índices de audiencia como “el porcentaje de espectadores del espectro general de las emisoras, sean públicas o comerciales, que sigue la programación de una emisora en particular; el grado de fidelidad de ciertas franjas específicas de la audiencia, como el público infantil.” (Bucci, et al., 2012: 11). Sin embargo, se ocupa de advertir que:

Aparte de los índices cuantitativos de audiencia, que no pueden ser dejados de lado cuando se evalúa la calidad de una emisora pública, en las encuestas de opinión es preciso buscar información más sutil, que indique la fidelidad, el grado de aprendizaje adquirido por el hábito de seguir la programación, el nivel de estima y vínculo afectivo que el espectador tiene respecto de la institución. En última instancia, es al público a quien le corresponde aprobar o no la conducta de la emisora pública. Por tal motivo, a los efectos de este requisito, es también imposible evitar el uso de las encuestas. (Bucci, et al., 2012: 32)

Por otra lado, es importante relevar en qué medida la propuesta de una emisora pública está orientada a satisfacer necesidades de sus audiencias que no son tan fácilmente expresables mediante la matriz oferta/demanda, o viceversa, sino que están relacionadas con la misión y los objetivos de la emisora, en tanto actor activo en la promoción de una comunicación más plural y democrática. Cuando una emisora pública colabora desde su programación a la promoción de derechos, a la visibilización de injusticias e inequidades o al empoderamiento de actores sociales subalternos o marginados, también está cumpliendo con

la prerrogativa de “satisfacer audiencias”, aunque eso no pueda ser medido a través de un indicador preciso.

De esta manera, cuando las audiencias se piensan desde los medios públicos, necesariamente adoptan otra dimensión. Aquella que implica pensar a los televidentes como sujetos de derechos y, fundamentalmente, echar luz sobre la posibilidad que tienen los mismos de acceder a los medios de manera democrática, en igualdad de condiciones materiales y territoriales. También, incorporar al sujeto implica pensar en un proceso de comunicación amplio, que excede a la vieja fórmula de emisor-receptor entendiendo a la comunicación como un proceso social y no como un circuito unilateral de transmisión de mensajes.

Para autores como María Cristina Mata (2002), la noción que permitirá pensar y re-pensar el intercambio y la vinculación simbólica de los individuos en espacio vuelto común por las tecnologías de producción y distribución de información y productos mediáticos es la de “ciudadanía”, asumiendo que:

El ejercicio de la ciudadanía ha desbordado hace tiempo, en el marco de la teoría política, la estrecha esfera de la titularidad y ejercicio de los derechos civiles y políticos de carácter universal íntimamente relacionados con el sistema de gobierno y la estructura social y económica de un país (Mata, 2002: 66)

Omar Rincón coincide en la concepción de ciudadanía: desde la mirada del investigador colombiano (2008), a las audiencias debemos comenzar a:

Estudiarlas desde el eje de la ciudadanía; desde el eje de la política que nos invita a estar en las pantallas con nuestras estéticas, relatos e ilusiones; desde el eje de activismo expresivo que nos posibilita ser productores de nuestros propios mensajes. Las pantallas, más allá de los contenidos, deben responder al deseo de reconocimiento de la sociedad, la necesidad de ir más lejos, de encontrarle un lugar visible a las audiencias. (Omar Rincón, 2008:97)

Y agrega:

Necesitamos reinventarnos en espejos nuevos y requerimos imaginar nuevas formas de ciudadanía comunicativa. Por necesidad cultural y política, se hace urgente pensar, diseñar y producir unas audiencias que correspondan a un concepto contemporáneo de democracia y sociedad civil; que haga de los media una opción social y política para el ejercicio de la ciudadanía; que se produzca divertida y vincule desde las narraciones y las estéticas (...) La propuesta es promover el acceso diverso a las pantallas; producir

interpelaciones nuevas; pasar del consumidor al ciudadano al formar sujetos para la política, trabajar por la autoestima social y las identidades culturales, promover visibilidades, accesos y reconocimientos nuevos, generar ciudadanías mediáticas, atender audiencias minoritarias; producir mensajes que generen reconocimiento e identificación (Omar Rincón, 2008:95-97)

En este plano es que, en la relación con sus públicos -reales y potenciales- los medios públicos pueden ampliar el concepto de audiencias y transformarlo en el de ciudadanía, que según Néstor García Canclini (1995),

No tiene que ver sólo con los derechos reconocidos por los aparatos estatales a quienes nacieron en un territorio, sino también con las prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia y hacen sentir diferentes a quienes poseen una misma lengua, semejantes formas de organizarse y satisfacer sus necesidades. (García-Canclini, 1995:19)

7.1. Aspectos metodológicos

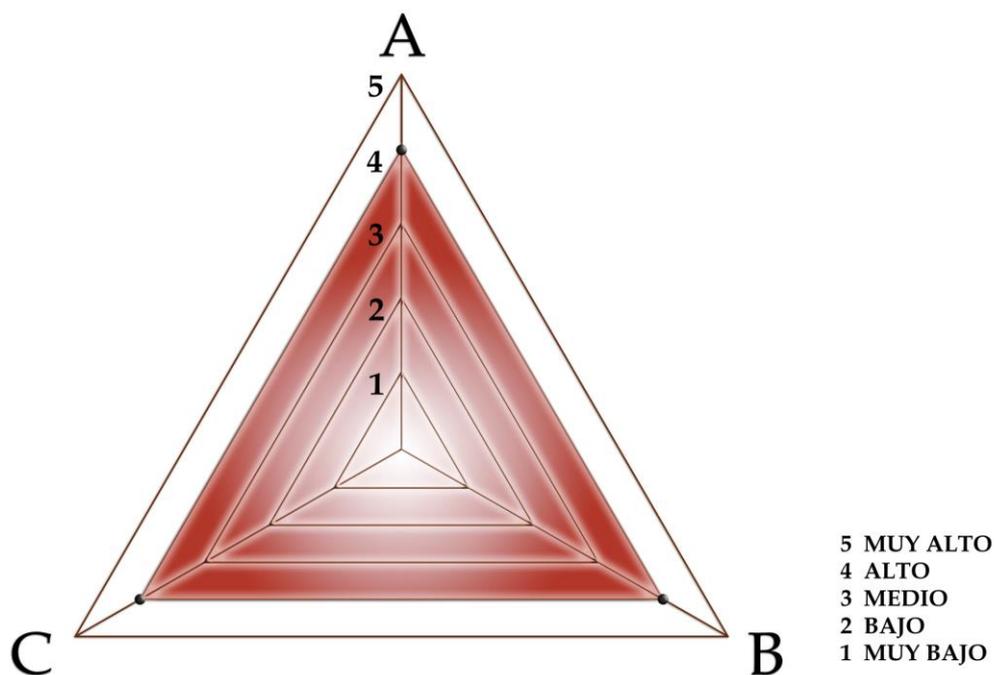
El seguimiento de audiencias es una de las misiones fundamentales de una emisora pública. Para dar cuenta de su importancia, y para rastrear su complejidad, la dimensión se midió a partir de tres indicadores:

- A. Desarrollo de políticas dirigidas al conocimiento y seguimiento de las audiencias**
- B. Presupuesto para actividades de conocimiento de audiencias**
- C. Recepción de comentarios en relación a satisfacción de la audiencia**

Cada uno de estos indicadores fue operacionalizados por variables determinadas que permitieron relevar a cada uno de ellos. La técnica de relevamiento incluyó entrevistas en profundidad, análisis de documentación, visualización en la pantalla y en las plataformas interactivas de la emisora y análisis de organigrama. Desde este relevamiento se considera la valoración de cada una de las variables a partir de la comprobación o no de la existencia del observable.

7.2. Medición.

Gráfico 7. Resultados de la dimensión de seguimiento de audiencias



- A. Desarrollo de políticas dirigidas al conocimiento y seguimiento de las audiencias
- B. Presupuesto para actividades de conocimiento de audiencias
- C. Recepción de comentarios en relación a satisfacción de la audiencia

A. La emisora desarrolla políticas dirigidas al conocimiento y seguimiento de las audiencias

El seguimiento de la audiencia implica el monitoreo permanente acerca de la cantidad, características y preferencias de los distintos públicos. La clave de ofrecer un servicio público de calidad es conocer al público, su perfil e intereses, para poder ofrecerle los contenidos más adecuados. Este conocimiento implica decisiones en términos institucionales que jerarquicen el concepto de audiencia a partir de políticas específicas dirigidas a su conocimiento y seguimiento. Este indicador obtuvo una valoración de “Alto” a partir de los siguientes observables:

1) *La emisora se encuentra suscripta a sistemas de medición de audiencias reconocidos globalmente.*

El primer paso para llevar adelante una política de medición de audiencias es estar suscripto a los sistemas de medición de las mismas. Esta suscripción se toma aquí como el punto cero de cualquier política de conocimiento de audiencias. El hecho de solicitar que

estas medidoras sean reconocidas globalmente atiende a la necesidad de que esta medición sea posible de comparar con otras emisoras, para de esta manera llegar a comprender más cabalmente comportamientos y preferencias de las audiencias. En este punto es interesante resaltar que en Argentina existen dos sistemas de medición, Ibope y Sífema, y que ambos sufren críticas por parte de los canales públicos y privados. De esta manera, la comprobación de suscripción de ambas mediciones aporta una mirada más profunda al conocimiento de audiencias ya que supone el conocimiento de dos métodos distintos.

Esta variable es de comprobación pública ya que el hecho de que ambas empresas publiquen las mediciones de la emisora significa que ésta está suscripta al servicio. De hecho, para ser medida debe pagar una suma de dinero fija al mes que está relacionada con el rating que mide. Una emisora tanto televisiva como radial puede optar por no ser medida, y en ese caso no aparecer en los informes diarios de medición de audiencia.

2) La emisora cuenta con un área institucional formal dedicada a desarrollar estudios de audiencia.

La suscripción a los sistemas de medición reconocidos se toma aquí como la base del indicador: el primer paso fundamental para lograr un desempeño riguroso del trabajo de conocimiento de audiencias. Un nivel superador, entonces, será el de contar con un área institucional que se dedique específicamente a desarrollar estudios de audiencia: a conocer a su público, ya no sólo desde un número que brinda un sistema, sino desde la conformación de equipos propios dentro de la emisora. La existencia de un área específica, entonces, viene a dar cuenta de la existencia de una política clara en relación con las audiencias.

En este punto, se verifica en el organigrama de la emisora un área institucional denominada "Instituto de estudios sobre comunicación" que depende de la Gerencia de Relaciones Institucionales que a su vez depende de la Dirección de Relaciones Institucionales de la emisora.

3) En el último año se realizaron investigaciones o seguimientos de perfil de públicos.

En este punto se evalúa el nivel de compromiso con las políticas de conocimiento de audiencias llevados adelante por la emisora. Si bien es fundamental la relación con las mediciones que estandarizan los números de audiencias de un sistema televisivo dado, los esfuerzos propios de la emisora son una herramienta enriquecedora para el conocimiento de la audiencia específica. La realización de investigaciones o seguimientos llevados adelante por un equipo íntegramente dedicado a la emisora lleva a resultados cualitativos que puede determinar dinámicas propias del público de la emisora, teniendo la oportunidad de generar conocimiento eficaz y útil para las necesidades específicas de una emisora.

Si bien se comprueba a través de la recolección documental la realización de informes de seguimiento de audiencias en los últimos años, no se recibió material de 2015, por lo que esta variable no se da por confirmada.

4) *Se realizan regularmente análisis de participación de la audiencia a través de medios interactivos.*

En este punto se considera fundamental el aporte de las nuevas tecnologías a la posibilidad de contacto que hoy en día tienen las emisoras con sus públicos. Frente a esta herramienta novedosa, desarrollar mecanismos que permitan profundizar el conocimiento de audiencias es una decisión que deviene de la política que lleve adelante la emisora.

La comprobación de un área específicamente creada en la emisora para este fin, la Coordinación de medios interactivos; y que esta área realiza seguimientos constantes de participación de audiencias en las diversas plataformas en las que comunica y transmite la emisora; representa el cumplimiento de la variable.

5) *Las áreas implicadas en el conocimiento de audiencias producen informes que se difunden internamente entre las distintas áreas involucradas.*

La realización de informes permite la sistematización de cada una de las conclusiones y la puesta en marcha de políticas específicas a partir de conclusiones parciales o definitivas. Que estos informes circulen por las diversas áreas de la emisora que están implicadas en el vínculo con la audiencia es entonces la pieza clave para que los esfuerzos llevados adelante no sean en vano.

En la emisora se comprueba la existencia de dos equipos que llevan adelante investigaciones en dos niveles temporales y que dependen de dos áreas distintas, la de Medios Interactivos y la de Relaciones Institucionales. En ambas áreas se comprueba la realización de informes y el conocimiento y la utilización de los otros. Al mismo tiempo, se comprueba por medio de entrevista el conocimiento y la utilización de las conclusiones tanto en el Área de Programación, como en la de Dirección.

B. Existe un presupuesto destinado a la realización de actividades para el conocimiento de las audiencias

La existencia de un presupuesto destinado a los esfuerzos en el conocimiento de las audiencias es tomada aquí como una garantía para la realización de proyectos que tengan por objetivo un trabajo serio de investigación y seguimiento de audiencias. Este indicador obtuvo una valoración de "Alto" a partir de los siguientes observables:

1) *Existencia de asignaciones de recursos a investigaciones sobre audiencia.*

La asignación de recursos por parte de la emisora es fundamental para lograr análisis más profundos que permitan entender más y mejor las problemáticas de las audiencias generales y particulares. Que se hagan investigaciones propias garantiza a la emisora un insumo que supera por mucho al arrojado por las empresas medidoras que miden

generalidades idénticas en cada emisora. Además, la TV Pública argentina es la única emisora pública nacional en la televisión abierta tradicional (que son las de aire analógico y son las medidas por Ibope y Sifema), esa excepcionalidad la obliga a tener investigaciones propias. Si bien se comprueba la creación de dos espacios de investigación y producción sobre el conocimiento de audiencias, no se comprueba la existencia de asignación de recursos específicos a investigación, no se registra la asignación de recursos para la puesta en marcha de actividades específicas de conocimiento de audiencias como encuestas, consultorías externa, etc. Por esta razón, el cumplimiento de este observable es moderado.

2) Existencia de sector específico con personal idóneo para realizar investigaciones sobre audiencia.

Actualmente existe en la emisora, bajo la gerencia de Relaciones Institucionales y Prensa, el Instituto de estudios sobre comunicación, en el cual funciona el “Grupo de seguimiento de audiencias” que genera investigaciones propias a partir de insumos que reciben de diversas áreas de la institución. Un equipo multidisciplinario lleva adelante la tarea de relevar datos, comprobarlos, compararlos y ponerlos en contraste para el análisis de las audiencias.

3) Existencia de informes realizados por el área.

A partir de las mediciones oficiales y las propias de la emisora, se realizan informes para difundir internamente en la emisora. Se rastrean informes realizados por el Área de Seguimiento de Audiencias y por la Coordinación de Medios Interactivos. Ejemplos de ello son “Informe sobre audiencias: Cocineros, Doce Casas, 678, Visión 7”, “Informe sobre Copa América”, “Semifinal Brasil 2014”, “Análisis de audiencia – comunidad de participación”, entre otros.

C. Existen procedimientos e recepción de comentarios en materia de satisfacción de la audiencia

Una de las piezas claves para el conocimiento y seguimiento de las audiencias es la inclusión del receptor como sujeto de derecho. Incorporar al sujeto implica pensar en un proceso de comunicación amplio, que lo incluye y lo convoca a través de todas las pantallas disponibles. Este indicador obtuvo una valoración de “Alto” a partir de los siguientes observables:

1) Existe departamento o área específica para responder a las audiencias y canalizar sus comentarios.

La sistematización de los comentarios de la audiencia y su correspondiente resolución, requieren recursos exclusivos, esto es, esfuerzos por parte de la emisora para

garantizar que estos comentarios sean absorbidos por un equipo determinado que garantice su resolución.

En la TV Pública se analizaron las demandas recibidas por el formulario de contacto de la ciudadanía en un estudio sobre mil casos, a partir del cual se diseñó una vía de contacto online que determina 7 ejes temáticos, de cada uno de ellos se deriva un circuito de comunicación interna. Los ejes son: programación, comunidad, servicio de noticias, prensa, recursos humanos, recepción de la señal y otros organismos públicos.

No se logró, sin embargo, rastrear igual procedimiento para otras vías de contacto como teléfono, correo o presencial, por lo que el observable no se da por comprobado.

2) Se verifica en pantalla si la programación difunde vías de contacto de las audiencias para que envíen comentarios/opiniones/sugerencias.

Además de que exista una vía de contacto y áreas que contengan al mismo, resulta fundamental alentar a las audiencias a generar contacto a través de la pantalla. En este sentido, se comprueba a través de la visualización que más del 70% de los programas de la emisora informan las vías de comunicación y fomentan la participación.

Tabla 44. Explicitación de canales de contacto durante la programación

Se explicitaron canales como redes sociales o correo electrónico	Frecuencia dentro de la programación
Se incluyeron canales de contacto	75,2%
No se incluyeron canales de contacto	24,8%
Total de programas	100%

3) Se verifica en web: Los medios interactivos de la emisora ofrecen canales de contacto orientados al relevamiento de la opinión de la audiencia.

Atendiendo a los nuevos modos de consumo del material audiovisual en el mundo, y teniendo en cuenta el creciente consumo multipantalla que se observa en el mundo en general y en la TV Pública en particular, es necesario observar el nivel de interpelación a las audiencias en los medios interactivos.

En este caso se verifica en la web la oferta constante de formas de contacto con la emisora a través de todos los soportes que ofrecen las redes.

4) Se verifica mediante entrevista si las producciones de los diferentes programas y las áreas artísticas y de producción reciben la información generada por los distintos canales de contacto.

El nivel de información al que se puede llegar por medio de los medios interactivos puede ser infinito. En este sentido, uno de los desafíos de esta era es poder sistematizar la información de manera de poder utilizarla para, en este caso particular, afianzar el servicio público que debe brindar la emisora.

Se comprueba por medio de entrevistas que las producciones de los programas trabajan con la información que ofrecen los diversos canales de contacto de forma permanente y que además reciben los informes transversales que hacen las áreas dedicadas específicamente a la temática.

Capítulo 8

Experimentación e innovación del lenguaje

Entre las diversas funciones de una emisora pública se cuenta, sin dudas, su rol respecto de la innovación, consistente en promover formas experimentales de comunicación audiovisual, asumiendo un riesgo diferencial respecto del campo de la televisión privada y su tendencia a reiterar formatos consagrados. En este sentido, Bucci, et al. (2012) sostienen que *“las emisoras públicas tienen el deber de innovar en el campo de lo estético. La experimentación con el lenguaje y los riesgos que ello implica forman parte medular de la razón de ser de las emisoras pública.”* (p. 32).

Se trata de una cuestión que suscita algunas controversias en virtud de cierta tensión que suele identificarse entre la función social de los medios públicos cuya llegada a un público masivo requiere de la implementación de formas de interpelación que en alguna medida dialoguen con formas consolidadas del lenguaje popular y con formatos reconocibles por audiencias alfabetizadas en los cánones de la cultura mediática comercial.

Históricamente, estos desafíos alentaron soluciones virtuosas. Por el contrario, es posible identificar muchos ejemplos de estéticas, formatos y temas que iniciaron su despliegue en canales de gestión pública y que luego se volvieron estándares para el resto del sistema de medios. Aunque también hay que señalar que, conforme a la historia de esos medios públicos, no siempre esos modelos respondieron al sostenimiento de los valores democráticos y plurales que deben guiar las elecciones estéticas de las emisoras públicas. Más bien todo lo contrario: muchas veces los canales públicos funcionaron de “bancos de prueba” del sistema de medios privados para testear el funcionamiento de nuevos formatos que, más temprano que tarde, terminaron siendo parte de sus menús de programación.

En efecto, en un contexto en el que la gran mayoría de los medios de gestión privada apuestan por la reiteración de fórmulas de “éxito probado”, muchas veces apoyadas en valores de dudosa pertenencia democrática y respetuosos de la pluralidad y diversidad, los medios de gestión pública tienen el deber de ofrecer sus pantallas para la promoción de nuevas estéticas y lenguajes, que apuesten a la renovación de los horizontes audiovisuales de las audiencias que consumen esos medios, desarrollando simultáneamente los elementos propios de tradiciones nacionales, motivos populares y locales –usualmente invisibilizados por la lógica homogeneizadora de la producción global de formatos. La tarea transita, así un delicado equilibrio entre lo que podríamos denominar a los efectos de esta breve introducción, la tendencia “vanguardista” y la vocación “democrática” y esto requiere del desarrollo de instrumentos de conocimiento de las audiencias, su articulación con investigaciones en el campo de la producción y la elaboración de estrategias de implementación gradual de los elementos novedosos.

En ese sentido, “innovación” no debe ser simplemente identificada con ç

“invención” –una idea muy discutida desde el punto de vista en la teoría cultural contemporánea- sino que apunta a la introducción de elementos provenientes de otros campos del pensamiento, de la producción artística, etc. a fin de producir algún trastocamiento en los cánones de un campo de la producción cultural. Pero la dificultad no es poca, atendiendo a la cuestión nada despreciable de que “el medio televisivo tiene su propio lenguaje, que debe producir productos específicos en lugar de limitarse a difundir productos nacidos en otros contextos y otros lenguajes. (...) Éste es un criterio imprescindible de calidad: la televisión como “cinta transportadora” no tiene ninguna atracción y, por lo tanto, priva de justificaciones desde el punto de vista lingüístico” (Richeri y Lasagni, 2006: 86).

Por lo tanto, la tarea exige la consideración de una doble dimensión: por un lado, el desarrollo de la especificidad del lenguaje televisivo, pero simultáneamente, una inteligencia de esa especificidad que no la identifique con sus formas consagradas. Para decirlo brevemente, el desafío consiste en evitar la fácil asunción de que lo propio del lenguaje televisivo es repetirse a sí mismo bajo cánones comercialmente exitosos y reservar toda “innovación” a las dimensiones tecnológicas de sus prácticas o a los laboratorios de la producción global concentrada.

Es menester por lo tanto que los medios de gestión pública hagan propia la necesidad de explorar esta singularidad del lenguaje televisivo, incluso en relación no sólo con los géneros en los que inscriben sus emisiones, sino también con el universo temático que allí se presenta, cuanto de los modos de enunciación en los que se desarrollan. El desarrollo de un conocimiento profundo de esos rasgos, habilita una mayor flexibilidad creativa y una independencia respecto de otras lógicas de la innovación.

En este sentido y a propósito del campo televisivo, advierten **Richeri** y **Lasagni** una tendencia reconocible hacia la incorporación de formas de contaminación entre géneros e identifican que ésta en gran medida orienta los procesos de innovación:

hoy los géneros están expuestos a un proceso de “degeneración” que los lleva al fenómeno conocido como el de la hibridación: la información en el espectáculo, en el cine, en los programas periodísticos. A medida que crece la complejidad del gran público a través de la inclusión de diferentes estratos sociales y de intereses diferentes, los géneros se van contaminando uno con otro. Son por lo tanto, mucho más ricas estas contaminaciones que aquella rigurosa incomunicabilidad del pasado. (2006: 101)

Específicamente, esto impacta en los clásicamente llamados géneros de “variedades” los autores sostienen que el criterio de calidad parece ser una alquimia entre innovación y popularidad. En este sentido afirman que

los programas de variedades mejor hechos, con más calidad, son aquellos que nacen de la contaminación. Por ejemplo un programa que no se lo puede definir como deportivo, ni de ninguna otra manera, se lo termina definiendo como variedad. Su calidad proviene de la innovación del lenguaje y justamente los programas más bastardos, los más contaminados, se transforman en los magazines con más calidad. (Richeri, Lasagni, 2006:105)

Para Oscar Landi (1992), en su clásico - y, en muchos sentidos, premonitorio - trabajo sobre la televisión, “Devórame otra vez”:

el lenguaje de la televisión se constituye como un mosaico de imágenes que se combinan, suceden y superponen de manera interminable durante todo el día (...) El interminable espectáculo televisivo aparece entonces con la característica de la discontinuidad y la mezcla. Sin embargo, la narrativa visual de la TV no puede dejar de responder a ciertas convenciones mediante las cuales entabla relación con los públicos: las reglas de los géneros que permiten a la gente reconocer los distintos programas (comedia, ópera, telenovela, clip, noticioso). A pesar de la mezcla de imágenes del palimpsesto televisivo, el vínculo con el público no puede dejar de hacerse sino a través de ciertas señales de reconocimiento, de cierta expectativa en lo que se va a ver en la pantalla. (p.15)

No obstante ello, agrega que:

En la cultura actual, la distinción entre los géneros es inestable y fluida (...) Como se ve, en la cultura popular los criterios que se toman para clasificar los géneros son múltiples. La pantalla brinda todo el tiempo una opulenta sucesión de imágenes que acentúa en el televidente la necesidad de encontrar alguna clasificación desde la cual ordenar, simplificar, dar sentido al caótico continuo que está mirando. Uno de los procedimientos para ello es, precisamente, el de reconocer y armar configuraciones de imágenes según reglas de géneros. Todo medio de comunicación nuevo produce sus propios géneros a partir de elementos tomados de los medios previos. Siempre es un híbrido y la novedad de su lenguaje contiene elementos anacrónicos”. (Landi, 1992: 16)

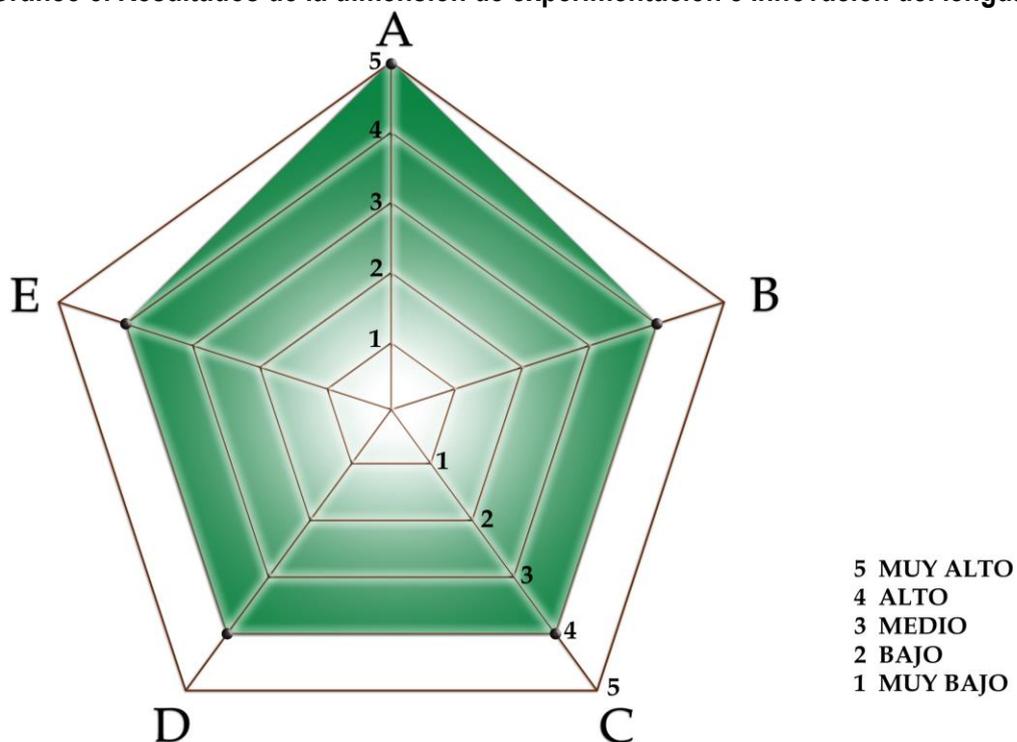
8.1. Aspectos metodológicos

Esta dimensión ha sido desplegada en cinco indicadores, cuatro de los cuales suponen una triangulación metodológica que contempla la recolección y comparación de distintas perspectivas sobre la misma situación de comunicación. (Piñuel Raigada, 2002, pp.1-42), conjugando el análisis de contenido cuantitativo y cualitativo, y el indicador restante releva información vinculada a procesos institucionales mediante entrevistas y análisis de documentación que aporta información contextual acerca el lugar de reconocimiento que tiene la emisora en el sistema mediático, con respecto a la calidad de su producción:

- A. La programación refleja la existencia de políticas efectivas de experimentación y promoción de lenguajes audiovisuales variados y novedosos
- B. Existe una política de desarrollos *transmedia*
- C. Existen políticas tendientes a conciliar la producción de programas con otras plataformas de publicación multimedia
- D. La emisora es reconocida públicamente mediante la asignación de premios nacionales e internacionales de relevancia
- E. La emisora evita reproducir sistemáticamente patrones orientados exclusivamente por la lógica comercial

8.2. Medición

Gráfico 8. Resultados de la dimensión de experimentación e innovación del lenguaje



- A. Política de experimentación y promoción de lenguajes
- B. Uso de recursos transmedia
- C. Política de producción de programas con plataformas de publicación multimedia
- D. Reconocimiento mediante premios nacionales e internacionales
- E. No reproducción sistemática de patrones orientados por la lógica comercial

A. La programación refleja la existencia de políticas efectivas de experimentación y promoción de lenguajes audiovisuales variados y novedosos

Este indicador apunta a relevar, desde el punto de vista de sus *resultados*, el desarrollo en la emisora de políticas de innovación y experimentación en materia de contenidos. Se parte de entender que, más allá de la consideración de las estrategias implementadas en pos de alcanzar este objetivo –algunos de los cuales son relevados en otras dimensiones, como las acciones orientadas a la investigación de audiencias, las políticas de articulación con otras instituciones y los recursos tecnológicos disponibles, etc.- una evaluación de calidad en materia del aspecto invocado en la presente dimensión, requiere de una observación de su *producción efectiva* y por lo tanto, debe ser analizada directamente en la pantalla. Por este motivo, el presente indicador trabaja empíricamente el análisis de contenido de la programación, a fin de dar cuenta de los aportes que la producción televisiva de la TV Pública Argentina, realiza al enriquecimiento de los lenguajes audiovisuales (tanto por su formato/género como por su contenido temático). Se trata de un abordaje muy general que no pretende constituir una indagación profunda en la dimensión semiótica de la innovación sino que apunta simplemente a identificar, a partir de algunos conceptos consensuados en la literatura disponible sobre el tema, la recurrencia de operaciones que dan cuenta de cierta novedad o experimentación en materia de lenguaje televisivo. El tratamiento de este análisis se organiza en base a 3 variables:

1) *Se identifica una diversidad de géneros y formatos en términos de sus objetivos y con respecto a sus audiencias.*

La presente dimensión retoma, para el desarrollo de sus instrumentos de visualización los conceptos que formulara Oscar Steimberg (1998) en su ya clásico trabajo sobre esta cuestión: “los géneros, (...) pueden definirse como clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre sí y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social”.(p.45) En cuanto al tema, “se entiende por dimensión temática a aquella que en un texto hace referencia a acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto” (p.48) y por enunciación, “al efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico” (p.49) y que supone una relación emisor/receptor, no necesariamente personalizables.

En base a esta consideración y a las tipificaciones genéricas clásicas del lenguaje televisivo, se releva la distribución genérica de la programación según expresa el cuadro siguiente:

Tabla 45. Géneros presentes en la programación

Género	Frecuencia
Periodístico	31,9%
Magazine	16%
Servicios	10,9%
Otros	10,9%
Infantil	10,9%
Telenovela	4,2%
Análisis político	4,2%
Documental	4,2%
Juegos	3,4%
Película	2,5%
Serie o unitario	0,8%
Total	100%

Como puede observarse la distribución ofrece un grado de armonía y diversidad que si bien prioriza el género periodístico, ofrece una distribución del resto de géneros que muestra cierta ecuanimidad entre las funciones informativa, formación y entretenimiento.

2) *Se registran hibridaciones de géneros*

Como plantean Gordillo et al. *“Si en la neotelevisión los mecanismos ficcionales y los contenidos de la realidad se funden en el género docudramático, con la postelevisión (Imbert, 2008) o la hipertelevisión (Gordillo, 2009) entran en juego la publicidad y el entretenimiento, multiplicando los modelos híbridos ya surgidos en la neotelevisión”* (2011:93) En relación con los géneros de entretenimiento los autores mencionan como ejemplos de hibridación los recursos del informativo satírico –un modelo clásico en este sentido, en la televisión argentina es el representado por el programa *Caiga quien Caiga-*; *el modelo metatelevisión, descrito a partir de los rasgos:* 1) aprovechamiento de materiales ya producido; 2) reinterpretación de otros géneros y reconversión a partir del tratamiento humorístico, 3) la recurrencia sobre una actualidad ya previamente mediatizada, 4) la identificación de elementos de atomización, fragmentación discursiva y reciclaje. Ejemplos actuales de esta forma genérica híbrida, puede encontrarse en programas como “Duro de domar” o el ya clásico “TVR” y en la TV Publica puede incluirse bajo esta modalidad, aunque con mayor predominio de elementos propios del género de programas de opinión política (básicamente en función del espectro temático y de formas enunciativas). Otra línea de hibridación frecuentemente identificada en los discursos televisivos es la que identifica formas de contaminación y mixtura entre los géneros documentales y de ficción. Según señala Canet Centelles, si bien la hibridación es un recurso constitutivo de los lenguajes audiovisuales, es recién en las *“las últimas décadas del siglo pasado para que críticos y teóricos empiecen a reconocer y dar visibilidad a ciertas producciones que se definen principalmente por hacer uso de forma creativa de fórmulas híbridas. Así, diferentes términos comienzan a ver la luz, como por ejemplo, el docudrama, los documentales de corte reflexivo o creativo, los falsos documentales (fakes o*

mockumentary] y (...) proponer nuevos términos para definir estas hibridaciones, como por ejemplo, el vocablo anglosajón, docufiction, propuesto por Rhodes y Parris (2006: 5)” (p.1013)

En este sentido, el relevamiento registra una incidencia significativa de hibridaciones y mixturas según indica el siguiente cuadro. Respecto de los recursos pertinentes a la variable aquí referida, se identifica una frecuencia de elementos que indican formas de hibridación en un 21,7% de la programación.

Tabla 46. Innovación en el lenguaje audiovisual durante la programación

Tipo de innovación	Frecuencia de aparición sobre la totalidad de programas
Hibridaciones de género	21,7%
Otros recursos novedosos	15%

3) *Se registra la existencia de innovaciones a nivel de las expresiones lingüísticas*

En el sentido de lo desarrollado en la presentación de esta dimensión, el presente estudio propone una consideración amplia del concepto de innovación, evitando identificarlo directamente con formas de novedad tecnológica o con lo puramente novedoso. Atendiendo en función de este concepto a la condición generalista, de alcance nacional y público de la emisora estudiada, resulta pertinente tomar en consideración la presencia de formas lingüísticas que introducen en el discurso televisivo inflexiones singulares, lógicas y gramáticas poco habituales. Se parte de la constatación de que mientras que los discursos televisivos tienden a crecer en complejidad visual, sus formas lingüísticas, en cambio, tienden al empobrecimiento y a la homogeneización. Por este motivo, el presente indicador releva como parámetro de experimentación e innovación, la frecuencia de trastocamientos a nivel de las expresiones lingüísticas que trasuntan la pantalla, recogiendo con particular atención, los elementos que dan cuenta de una diversidad o riqueza de jergas, tonos, acentuaciones regionales; la introducción de conceptos, categorías o formas del decir poco habituales en los discursos televisivos y la puesta en juego de formas de enunciativas infrecuentes.

En este sentido, el relevamiento exhibe, según refleja el cuadro siguiente, una frecuencia de recursos de innovación lingüística interesante

Tabla 47. Innovación en las expresiones lingüísticas durante la programación

Innovación lingüísticas	Frecuencia
Entonaciones regionales	19,2%
Diversidad de jergas	5%
Registro discursivo novedoso	1,7%
Recurso enunciativo novedoso	1,7%

4) Se registran innovaciones a nivel de los esquemas temáticos

Finalmente se ha trabajado en el análisis e identificación de elementos novedosos respecto del espectro temático tradicional de los discursos televisivos. En este sentido, el relevamiento traza un cruce entre distribución temática y función discursiva, relevando la frecuencia de hibridaciones en el parámetro objetivo/tema. Se apunta así a dar cuenta de formas novedosas en el tratamiento de temáticas que puedan resultar eficaces a la hora de cumplir con las funciones principales de una televisión pública, respecto a la apertura de debates, vehiculización de la reflexión social en torno a problemáticas sociales, la formación de ciudadanía, concientización, etc. Así por ejemplo, un caso ya clásico y consolidado, es el de la tradición de la telenovela en la televisión brasileña, como campo de articulación del registro tradicional del género melodramática con elementos temáticos novedosos que apuntan precisamente a la introducción de nuevos temas en cierto imaginario, y al trabajo sobre y a partir de la capacidad de este género para consolidar representaciones sociales.

En este sentido se registran:

- a) los programas informativos (noticieros, programas de actualidad y magazines) abordan problemáticas sociales nuevas para el discurso televisivo comercial/tradicional;
- b) las ficciones trabajan campos temáticos innovadores para la producción televisiva;
- c) los programas de entretenimiento incorporan temas y motivos no tradicionales

Y como revela el cuadro siguiente, éste no parece ser un recurso instrumentado por la emisora en la producción de contenidos.

Tabla 48. Innovación en el esquema temático de los programas

Tipo de innovación	Frecuencia
Informativo que aborda problemáticas sociales nuevas a su género	1,7%
Ficción que trabaja campo temático innovador en su género	2,5%
Programa de entretenimientos que aborda tema no tradicional en su género	7,6%
Programa sin innovación temática	88,2%
Total	100%

Los datos relevados a partir de los parámetros analíticos presentados, dan cuenta de un nivel muy alto de desarrollo de recursos de innovación, tal como lo hemos conceptualizado.

B. Existe una política de articulación de soportes y recursos tecnológicos

Nuevamente se trata aquí de relevar los resultados en pantalla de las estrategias de introducción de estrategias de combinación de recursos tecnológicos. Más allá de la constatación de un plan de actualización o de desarrollos en el campo de la mutiplataforma, el indicador apunta a relevar mediante un análisis frecuencial de contenido de una muestra de la programación, las formas en que la pantalla exhibe una riqueza de recursos que articulan procedimientos, formatos de registro, soportes mediáticos, tecnologías de captura de imagen, que impactan en un enriquecimiento visual de la pantalla

El indicador se despliega en las siguientes tres variables:

1) *Se registran recursos de incorporación de nuevas tecnologías como elementos narrativos*

Se registran en pantalla formas de transposición de recursos propios de la comunicación interactiva (transmedia) así como la instrumentación de su estética en la elaboración artística de los contenidos.

2) *Se registran recursos técnicos propios de otros medios o soportes en la narrativa televisiva.*

Se registra la frecuencia de recursos técnicos y estéticos a materiales propios de otros soportes y formatos audiovisuales, tales como *introducción de material filmico de forma novedosa, recurso al formato del videoarte, la videocámara doméstica, etc.*

En este sentido, como detalla el cuadro, se observan frecuencias variables pero significativas.

Tabla 49. Articulación de soportes y recursos tecnológicos durante la programación

Tipo de innovación	Frecuencia de aparición sobre la totalidad de programas
Videoarte	22,5%
Recurso cinematográfico	10%
Otros recursos artísticos transmedia	7,6%
Videocámara	2,5%

3) *Se releva en pantalla la presencia de elementos que dan cuenta de desarrollo de transmedia*

Se consideran en este sentido los siguientes elementos: a) presencia en pantalla de comunicación interactiva en vivo; b) comentarios, referencias ex post; c) articulación artística, desarrollo de contenidos en torno a la interfaz, reenvíos estéticos (info-gráfica, videoarte, etc.)

Tabla 50. Desarrollo de contenidos transmedia

Desarrollo de contenidos multipantalla	Frecuencia
Referencia a contenidos de redes sociales o web de emisora	22,5%
Lectura o respuesta a comentarios en redes sociales del programa o emisora	16,7%
Interfaz realizada con objetivo artístico o narrativo	4,2%
Otras formas de interacción con redes sociales o web de la emisora	7,5%

Este indicador registra en consecuencia un nivel alto

C. Existen políticas tendientes a conciliar la producción de programas con otras plataformas de publicación multimedia

La versatilidad y ubicuidad de las tecnologías multimedia desafía a la producción televisiva a pensar contenidos que atraviesen varias plataformas y ofrezcan contenidos transmedia. Por un lado, se trata de una apertura sumamente interesante que multiplica las posibilidades, no sólo en términos de amplificar canales, permitiendo segmentar contenidos y realizar producciones específicas; sino que abre a una rica cantidad de posibilidades en términos de interpelación e interacción con una variedad de audiencias. Estas alternativas, resultan interesantes para una televisión pública atravesada por la ya referida tensión entre su necesaria masividad –en gran medida custodia de la riqueza del espacio público- y su posibilidad de promover formas experimentales e innovadoras, e incluso cumplir diversas funciones sociales vinculadas con las necesidades de sectores minoritarios. A diferencia de los indicadores anteriores, este indicador trabaja con la técnica de entrevistas, relevamiento documental y visualización cualitativa de web. La existencia de políticas de conciliación entre la pantalla y las plataformas multimedia, es operacionalizada en cuatro variables que se relevan mediante entrevista y análisis documental:

1) *Se releva el porcentaje de la programación disponible en la web: a) transmitida en streaming o b) como archivos disponibles a demanda.*

En relación con esta variable, los registros TVP dan cuenta de más de 107.926 videos disponibles sin considerar el Archivo Prisma y por medio de relevamiento de web, se constata que toda la programación se encuentra disponible en *streaming*, aunque en un caso y en el otro, no siempre se encuentran los programas completos.

2) *Se releva la producción contenidos e información específica para: a) sitios de los programas; b) canales web; c) redes (Twitter, Facebook, etc.)*

En materia de redes sociales, a TVP cuenta con 42 páginas en Facebook (contando páginas de programas), entre las que se distribuyen 4.800.000 millones de participaciones. En *twitter* la TVP administra 16 cuentas, con un volumen de 520.000 participaciones

En términos cualitativos, es de destacar la experiencias de articulación de contenidos elaborados por el Ministerio de Educación (Desarrollo transmedia “Zamba”) para la transmisión en las plataformas de la TVP de contenidos producidos por niños y niñas, junto con archivos del programa.

3) *Existe una política orientada al desarrollo de una comunicación interactiva*

Se releva mediante entrevista, visualización web el desarrollo de estrategias y acciones destinadas tanto a la captación de la interacción y construcción de comunidades de usuarios que fortalezcan el dispositivo multipantalla de la emisora. Con este objetivo se identifican tres líneas:

- a) estrategias de promoción de la comunicación interactiva.
- b) estrategias de atracción de la audiencia,
- c) acciones de relevamiento de información (perfiles, intereses, opiniones);

4) *Se desarrollan contenidos en relación con desarrollos multipantalla*

Se relevan mediante entrevista y análisis documental las políticas de la emisora destinadas a trabajar en el campo de la multipantalla para la producción de sus contenidos. El relevamiento de las políticas de desarrollo en esta materia recoge una serie de datos que evidencian un crecimiento significativo de la comunicación digital de la emisora, el desarrollo de plataformas y contenidos orientados por el concepto de multipantalla. En este sentido y, en relación con el primer ítem se destaca el desarrollo en octubre de 2014 de la APP de la TVP, y que hasta la actualidad registra que entre un 25 y 30% de los videos visualizados por internet, se hace desde dispositivos móviles.

Al respecto, la visualización de los 7 canales web disponibles de la emisora ha registrado entre 2010 y 2014 un incremento mayor al 6000% (4216 visualizaciones en 2010 a 26826584 en 2014)

Los datos relevados exhiben una valoración alta para este indicador.

D. La emisora es reconocida públicamente mediante la asignación de premios nacionales e internacionales de relevancia

Los premios son una forma reconocimiento social de la producción de la emisora por parte de pares profesionales, técnicos, prensa especializada y miembros de la industria. Si bien no responden a los mismos estándares y no pueden considerarse en sí mismos criterios rigurosos para evaluar la calidad de un medio, sí ofrecen una medida contextual que permite dar cuenta de la posición que tiene la emisora en su campo de prácticas, tanto nacional como internacional. En este sentido, este indicador cumple una función contextual que apunta a complementar los datos obtenidos mediante otras formas de relevamiento.

Para esto, se considera que la cantidad de premios obtenidos a nivel nacional e internacional por la emisora desde el año 2012 hasta la fecha, con un tope de 10 nacionales y 3 internacionales y un mínimo de 4 nacionales, desde 2012.

Tabla 51. Cantidad de premios recibidos desde el año 2012 en adelante

Premios	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Nacionales	79	97,5%
Internacionales	2	2,5%
Total	81	100%

E. La emisora evita reproducir sistemáticamente patrones orientados exclusivamente por la lógica comercial

En función de lo expuesto en páginas anteriores, este indicador apunta a relevar la calidad de la emisora en forma comparativa respecto de los cánones comerciales. Se trata de esta manera de complejizar el alcance del presente estudio que no permite, por la lógica de su diseño realizar una tarea comparativa que permita contrastar la producción de la emisora respecto de las prácticas promedio en el sistema mediático en el que se inscribe. Para atender a este objetivo, se analizan los distintos programas de la emisora pública contrastándolos con un conjunto de elementos propios de los formatos más reiterados en el sistema televisivo de aire, de alcance nacional y especialmente, respecto de aquellos recursos que exhiben un directo predominio de la lógica comercial por sobre la artística y periodística.

Este indicador se distribuye entre seis variables:

- 1) *Programas destinados a la autorreferencialidad mediática*

La autorreferencialidad constituye una tendencia claramente consolidada contemporáneamente. Si bien la multiplicación de pantallas vuelve inevitable un grado de reflexividad en los propios discursos mediáticos, e incluso es estimada, en términos de sus posibilidades estéticas como una de las tendencias de innovación en materia de hibridación genérica, también es posible advertir en los discursos televisivos –y especialmente en la televisión argentina- una proliferación del recurso desmesurada y orientada a formatos de bajo costo y alto impacto en términos audiencia; así como también se advierte cierta tendencia a la utilización del recurso autorreferencial como desplazamiento de las fuentes informativas. En este último sentido, es de advertir cierto riesgo vinculado a la creación de una meta-realidad mediática que redunde en modos de desvinculación de los profesionales del periodismo respecto de la tarea concreta de investigación, consulta de fuentes, etc.

A partir de esta concepción el presente indicador apunta a relevar las formas de abuso de la autorreferencialidad mediática, entendido este abuso tanto en términos cuantitativos como en términos del predominio de un objetivo comercial o propagandístico. El relevamiento se produce por la negativa, es decir que constata que no existen programas que se encuentran caracterizados por alguno de los elementos descritos en las distintas variables:

2) Los programas organizados en torno a la auto referencialidad mediática.

Se constata que: a) no predominan -no exceden las 7hs semanales- b) no se encuentran orientados a la promoción comercial de la propia programación.

El análisis cualitativo de la muestra revela que la programación supera la franja de 7 hs. semanales dedicadas a programas de autorreferencialidad. Si bien, en términos comparativos con el resto de programas de aire, la condición pública de la emisora requiere mantener estándares exigentes en cuanto a esta cuestión. Si se constata que las referencias a medios no siguen un patrón comercial, es decir, no están orientadas a promocionar la propia programación ni productos o servicios vinculados.

3) Los magazines no se apoyan ni promueven la lógica del rumor o chimento

El análisis cualitativo de las grillas de programación y del registro de visualización releva una política clara de la emisora respecto de este tema. En ningún caso los programas generalistas o magazines, siquiera aquellos centrados en la autorreferencialidad mediática se encuentran orientados por formatos que se ajusten a la lógica del paparazzi o lo que suele denominarse “programas de chimentos”

4) Los programas o segmentos de programas de opinión, paneles o debate, evitan promover una dinámica que privilegia en morbo y la incomunicación por sobre la escucha y el diálogo respetuoso.

Esta variable se releva constatando que: a) b) evitan promover formas de intercambio basadas en recursos agresivos, la violencia verbal, la estigmatización o discriminación, c) evitan la promoción de roles estereotipados entre los participantes.

En este sentido, en términos cualitativos, el análisis no registró epítetos discriminatorios, de corte machista o estigmatizantes. Tampoco se registraron durante debates, formas de agresividad o violencia verbal, ni en lo semántico ni en el plano retórico.

5) *Los noticieros no apelan a recursos estéticos que promueven la exaltación de la emotividad, los efectos visuales y otros modos de editorialización basada en el morbo, la desmesura, etc.*

Se verifica que: a) evitan recursos dramáticos (música, sonido, efectos de imagen); b) los noticieros no presentan noticias con objetivos comerciales (presentación de productos, anticipo de espectáculos comerciales, promoción de inversiones, etc.)

Mediante análisis cualitativos de muestras de visualización se constató que los recursos artísticos de los noticieros no apuntan a editorializar la presentación de los hechos, evitando incurrir en musicalización, efectos visuales, tomas o edición de imágenes que funcionen enfatizando aspectos desmesuradamente, o apelen a la exaltación de las emociones en lugar de promover el análisis críticos de los hechos.

6) *No hay programas que respondan total ni parcialmente la lógica del infomercial.*

En el análisis de las grillas y en visualización no se encontraron programas de carácter infomercial. Tal como se indicó anteriormente, no hay venta de espacios comerciales y la publicidad no tradicional no resulta invasiva:

Tabla 52. Presencia en programación de venta de espacios de contenido

Observación en programas	Frecuencia
Con venta de espacios de contenido	11,8%
Sin venta de espacios de contenido	88,2%
Total	100%

Tabla 53. Modalidad de inserción de publicidad no tradicional (PNT) en la programación

Modalidad	Frecuencia
Integrada artísticamente	5%
No integrada pero tampoco invasiva	25%
Interrumpe desarrollo del programa	8,3%
Programas sin PNT	64,2%

Este indicador registra un nivel alto de valoración

Capítulo 9

Estándares técnicos

La novena dimensión de esta investigación se propone hacer un relevamiento sobre los estándares técnicos de la TV Pública. El mismo se enmarca en las recomendaciones de UNESCO y está en línea con lo que mencionan Bucci, et al. (2012):

En toda producción radiotelevisiva (que ahora también incorpora plataformas digitales) existe, obviamente, una preocupación subyacente: un estándar de calidad técnica que sea reconocido no solamente por el público, sino también, y no en último término, por los profesionales que trabajan en el mismo campo, dentro y fuera de la emisora. Este patrón de calidad técnica se basa no solamente en el patrón de los profesionales que componen sus equipos sino también en la calidad y modernidad de sus equipos, y la capacidad de la emisora de guardar lo que se produce de forma organizada y accesible. Por tanto, este estudio incluye también un conjunto de indicadores que permitan evaluar dichos estándares. (Bucci, et al., 2012:33)

En efecto, la incorporación de las plataformas digitales implica una inevitable actualización tecnológica de las emisoras, que no sólo está destinada a satisfacer la demanda de las audiencias en esa materia, sino también a dar respuesta a los cada vez más exigentes niveles técnicos del mercado global de la industria audiovisual, en cuanto a la compatibilización con normas y estándares internacionales que les permitan acceder tanto a contenidos de otras emisoras y plataformas como a difundir los propios en ellas.

Como ejemplo, valgan las consideraciones de Hernández y Postolski (2003) sobre la actualidad del mercado de la radiodifusión:

En el campo de la radiodifusión, el desarrollo de la televisión post-fordista acentuó la saturación del mercado de aparatos receptores en los países industrializados, que vieron en la televisión de alta definición (HDTV) una posibilidad para reactivar el sector de la electrónica. La HDTV requería tecnología de punta y volúmenes de capital de tal dimensión que sólo las economías desarrolladas, pese a sus crisis de crecimiento, podían garantizar. El nuevo mercado de la televisión hertziana en su versión digital, será entonces liderado por Japón, la Unión Europea y los EE.UU. Las lógicas empresariales con las que estos actores se involucraron en la competencia están vinculadas a los mega consorcios que desarrollan las normas de

migración y aplicación de la nueva tecnología televisiva a escala mundial. Surgen así los tres estándares de televisión digital terrestre hoy presentes en la disputa por el mercado latinoamericano: el ATSC estadounidense, DVB eurojaponés. Las presiones permanentes por el control de mercados delimitados por la incompatibilidad técnica, han sido notorios en la región latinoamericana desde la última etapa de los '90". (Hernández, Postolski, 2003)

Estas reflexiones de los autores obligan a comprender la especificidad de esta dimensión en esta investigación ya que los estándares técnicos deben ser estudiados teniendo en cuenta la particularidad del caso argentino en general y de la señal pública en particular.

En Argentina desde 1998 hasta el 2009 se mantuvo la norma estadounidense ATSC sin modificación alguna. El Decreto 1148/2009 crea el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre y establece que la aplicación de la tecnología digital a la transmisión de la televisión terrestre permite una mayor eficiencia en el uso del espectro radioeléctrico, lo que redundará en un mayor número de canales, con una mejor calidad de imagen, sonido y datos. Asimismo adopta los principios del estándar ISDB-T, con sus mejoras introducidas y disponibles, que resultan los adecuados para la creación y posterior implementación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre.

Así, en 2009 la adopción de la norma japonesa ISDB-T, en su versión brasilera, junto con el Decreto 364/2010 de Plataforma Nacional de Televisión Digital Terrestre operada por el sistema público genera un proceso migratorio y de transición en el armado del nuevo panorama nacional digital y en la televisión de alta definición (HDTV).

Al mismo tiempo, este recorrido al interior de la televisión pública argentina toma una nueva dimensión. La emisora fue pionera en términos técnicos desde su nacimiento, en octubre de 1951, con la histórica transmisión de los festejos por el 17 de octubre. En 1978 se construyó el edificio en el que aún hoy funciona la Televisión Pública, en un record de inversión que hasta el día de hoy es significativo. En ese momento las instalaciones técnicas y los recursos eran considerados en el país y en la región realmente de avanzada. La historia que sigue es conocida e incluye un abandono paulatino y sostenido de la emisora y de todo lo que tuviera en sus instalaciones. De esta manera, al comienzo del nuevo milenio, la emisora pública argentina tenía los mismos equipos que en 1978, lo que representaba más de diez años de atraso tecnológico en relación con las emisoras privadas con las que compartía el espectro.

No fue hasta 2006 que se inició el primer plan de actualización tecnológica que funciona hasta hoy. En el marco de aquel plan se hicieron las obras de re ingeniería del canal y se compraron nuevos equipos que implicaron, entre otras cosas, el cambio de cámaras del sistema analógico al digital. En 2011 la Televisión Pública argentina se convirtió en el primer

canal del país en invertir en equipamiento HD y en 2015, ya lo veremos más adelante, también es la primera señal con dispositivos de captación de imagen 4K.

El seguimiento de estas políticas de incorporación de tecnología debe ser también uno de los objetivos de las mediciones de calidad sobre las emisoras públicas. Es nodal para esta medición la evaluación del grado de compromiso con iniciativas de actualización tecnológica, siempre sobre la base de decisiones de política estratégica que la sustenten.

El escenario que se plantea, queda claro, exige a los sistemas audiovisuales “en desarrollo” tanto esfuerzos económicos en infraestructura como de incorporación de saberes y recursos para adaptarse a los cambios de un mercado global sobre el que inciden poco, pero también los compromete a adoptar políticas claras y sostenidas en el tiempo que permitan que esas innovaciones construyan bases sólidas.

9.1. Aspectos metodológicos

Los estándares técnicos de una emisora son parte de una trama compleja que incluye saberes particulares. Por este motivo, esta dimensión requiere de capacitación previa con expertos en la temática de canales públicos y privados de Argentina para construir los indicadores que luego miden a la emisora

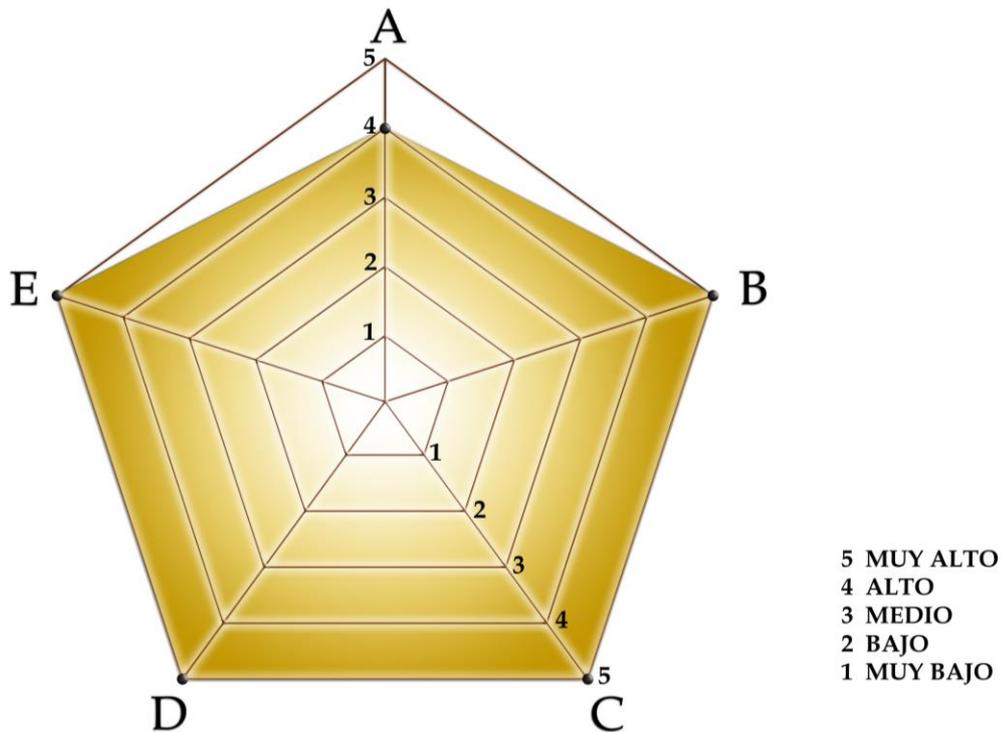
La dimensión “Estándares técnicos” se mide a partir de 5 indicadores:

- A. Estructura edilicia**
- B. Calidad de equipos de captación y edición de imagen**
- C. Calidad de equipos de captación y edición de audio**
- D. Calidad de equipos de emisión de audio e imagen**
- E. Calidad de equipos de exteriores**

Estos indicadores fueron operacionalizados en variables observables que permitieron observar la actualidad de los estándares técnicos de la señal al mismo tiempo que la política de actualización tecnológica. El relevamiento se llevó adelante por medio de entrevistas a expertos externos, entrevista técnica, recorrido de las instalaciones y análisis documental.

9.2. Medición

Gráfico 9. Resultados de la dimensión de estándares técnicos



- A. Estructura edilicia
- B. Calidad de equipos de captación y edición de imagen
- C. Calidad de equipos de captación y edición de audio
- D. Calidad de equipos de emisión de audio e imagen
- E. Calidad de equipos de exteriores

A. Estructura edilicia

La estructura edilicia representa la base sobre la cual se podrán sostener los estándares técnicos de una emisora. Si bien la tecnología avanza en mecanismos que permiten achicar espacios, concentrar todo en pequeños dispositivos y hasta lograr una transmisión integral solo con una computadora, la estructura edilicia de una emisora pública debe contar con espacios necesariamente acondicionados para cada una de las tareas. Esta particularidad redundaría necesariamente en un alza de los estándares técnicos pero también en un respeto al trabajo especializado y las condiciones laborales de los que llevan adelante las operaciones técnicas de la emisora. Este indicador obtuvo una valoración de “Alto” a partir de los siguientes observables:

- 1) Existe, especialmente acondicionado, el sector de control.

Carlos Soriano, en su manual “Cómo hacer televisión” (Soriano, ed. Catedra. 2000) define a la sala de control como “El centro operativo de gestión y organización de las tomas” (2000:281) El control es el espacio en el que se toman todas las decisiones de producción y realización. Tener un espacio como este especialmente acondicionado significa que debe permitir la presencia de los técnicos y de la producción en el mismo lugar; que dé la posibilidad de ver todas las tomas al mismo tiempo; que pueda mezclar, tanto audio como video; que tenga la posibilidad de incluir texto e imágenes; entre otras.

A partir de análisis de documentos, de entrevistas a especialistas técnicos y de visitas al lugar, se observa la presencia de un control central y de un control de estudio por cada uno de los estudios del canal, dando por cumplida la variable.

2) Existe, especialmente acondicionada, cabina de locución.

La cabina de locución es un espacio especialmente acondicionado para que los locutores y locutoras de la emisora puedan grabar las intervenciones orales. Este espacio debe tener determinadas características para cumplir con los estándares de calidad de una emisora: entre otras, debe cumplir principios básicos de acústica y sonorización y debe tener tecnología de captación de audio que permita una correcta captura de la voz.

A partir de análisis de documentos, de entrevistas a especialistas técnicos y de visitas al lugar, se observa la presencia de salas de locución, entre las cuales se incluye una cabina adosada al control central que cuenta con la posibilidad de locutar en vivo para la señal al aire. Por lo tanto esta variable se da por cumplida en su nivel máximo.

3) Existen, especialmente acondicionadas, salas de edición de imagen.

Las salas de edición de imagen son comúnmente conocidas en el campo televisivo como “islas de edición”. Son pequeñas salas en las que se edita video que deben tener un acondicionamiento particular. Lo más importante es el aislamiento (de ahí su denominación popular de “isla”) ya que debe permitir que el operador pueda ver y escuchar sin interrupciones para poder editar. En ellas debe entrar un operador y una computadora, y en la mayoría de los casos dos o tres monitores.

A partir de análisis de documentos, de entrevistas a especialistas técnicos y de visitas al lugar, se observa la presencia de islas de edición especialmente acondicionadas dando por cumplida la presencia de la variable.

4) *Existen, especialmente acondicionadas, salas de edición de audio.*

La sala de edición de audio es un espacio muy parecido a la sala de edición de imagen. Debe estar de igualmente acustizada para la eficacia en la edición. Por supuesto los equipos son distintos, y en el caso de las salas de edición de audio éstas deben contar con una consola específica que permita la correcta mezcla y edición del sonido.

A partir de análisis de documentos, de entrevistas a especialistas técnicos y de visitas al lugar, se observa la presencia de salas de edición de audio, dando por cumplida la variable.

5) *La emisora cuenta con estudios propios.*

Carlos Soriano define a los estudios de televisión como “*los ambientes en los que se realizan los programas*”. Esta definición tan simple nos permite comprender, sin embargo, el enorme desafío que implica tener un estudio propio de televisión. Fundamentalmente, por el espacio que implica en metros cuadrados montar un ambiente en el que se realiza un programa, esto es, una escenografía. Soriano distingue tres elementos que delimitan un estudio de televisión: techo, paredes y suelo. “*El suelo debe ser estable y no sufrir vibraciones, su superficie ha de ser lisa, para facilitar los movimientos de los distintos carros, pero no brillante, para no provocar reflejos de luz*”. Las paredes, por su parte, deben ser robustas y aislantes para absorber perturbaciones externas tanto de luz como de sonido. El techo, por último, debe ser robusto para soportar el peso de, esencialmente, las luces y también poseer aislamiento acústico (Soriano, 2000:279).

A partir de análisis de documentos, de entrevistas a especialistas técnicos y de visitas al lugar, se observa la presencia de 6 estudios de grabación especialmente acondicionados, dando por cumplida la variable en su punto máximo.

6) *Se verifica mediante entrevista y recorrido por las instalaciones el estado general de mantenimiento de los espacios*

Como se mencionó en la descripción, el edificio en el que funciona la Tv Pública fue construido en 1978, convirtiéndose en ese momento en un espacio de vanguardia para las telecomunicaciones. El abandono en las siguientes décadas del cual ya se dio cuenta generó un deterioro general en todas las áreas en las que la estructura edilicia no fue la excepción. Se constató por medio de recorrido a las instalaciones, entrevista a trabajadores y al área correspondiente que en los últimos años se avanzó en obras que mejoraron el deterioro pero que aún quedan trabajos estructurales por realizarse, por lo que esta variable no se da por cumplida.

B. Calidad de equipos de captación y edición de imagen

La cámara de video es un aparato que “*efectúa las tomas y traduce las imágenes recogidas en señales eléctricas*” (Soriano, 2000:33) Esto significa que para evaluar la imagen debemos atender a los dos dispositivos que la componen: el aparato que capta la imagen y la transforma en señales y el que hace de esas señales un producto audiovisual.

Bajo esta lógica, en este indicador se releva la capacidad técnica que poseen los aparatos de captación y edición de imagen. La primera condición es que esta capacidad sea homogénea en el equipamiento de la emisora, esto es, que todas las cámaras y todas las salas de edición tuvieran el mismo piso de capacidad. Luego, se analiza el equipamiento a partir del “Plan de inversiones” del documento que explicita las altas de equipamiento de 2011 hasta hoy y de la observación en las instalaciones de la emisora.

El resultado de esta variable da el máximo resultado, “Muy alto” ya que se comprueba que los equipos de captación y edición de imagen tienen capacidad para captar y editar en Full HD. Cabe destacar en este punto, que al momento del relevamiento de la investigación, la emisora estaba adquiriendo las primeras cámaras del país con tecnología 4K, la máxima resolución posible que aún no se utiliza en televisión.

C. Calidad de equipos de captación y edición de audio

Con la misma lógica que la variable anterior, se releva la calidad de la captación y la edición de audio de la emisora pública argentina. Se tiene en cuenta en este punto que todos los dispositivos, tanto de captación como de edición, tengan una calidad máxima homogénea. Como segundo requisito, se observa si los equipos trabajaban el audio de manera analógica o digital, y finalmente, dentro del mundo digital, se diferencia entre la capacidad estéreo y 5.1. La diferencia entre estos últimos es la cantidad de canales que pueden incorporarse y diferenciarse. El punto máximo del indicador se encuentra en la capacidad de captar y editar en 5.1, dato que se comprueba a partir de la entrevista técnica y la observación en la emisora, por lo que el resultado es “Muy alto”.

D. Calidad de equipos de emisión de audio e imagen

En este punto se evalúa la instancia posterior a la captura y a la edición. Esta es la de la emisión, el momento en que la emisora manda la señal para que los ciudadanos la reciban en sus dispositivos. Asistimos a un momento histórico en el que existen muchas y diversas formas de emitir una señal, desde la analógica a la digital, pasando por todas sus fases

intermedias. La misión de un servicio público es llegar a todos los hogares, teniendo la capacidad de adaptarse a las diferentes tecnologías y a los diversos dispositivos en los que se recibirá la señal.

En este punto, entonces, se mide la calidad de emisión tomando la máxima capacidad posible, atendiendo a la diversidad de emisiones, todas ellas contrastadas, pero evaluando el punto más alto observado. En este punto se releva el máximo nivel alcanzado, "Muy alto", contrastando que se emite la imagen en Full HD y el audio en 5.1

E. Calidad de equipos de exteriores

Carlos Soriano define a la unidad móvil como "*un medio autotransportado (...) específicamente equipado para realizar programación de exteriores*" (2000:286) y cuando se refiere al equipamiento, señala: "*comprende, entre los principales equipos, una consola de video completa, un mezclador de audio, uno o dos VTR, una grabadora audio y un generador de caracteres.*" (2000: 287) Se deben prever, además, espacios para que entren las cámaras, cables y micrófonos. Si bien el libro del cual se extrae esta definición es de hace 15 años, el equipamiento de las unidades móviles no han cambiado demasiado. Lo que ha cambiado, desde entonces hasta hoy, es la calidad en la que esos equipamientos pueden captar, mezclar y emitir.

Se observa a partir de la entrevista técnica y el relevo de documentación, el máximo nivel en este indicador, "Muy alto", a partir de la capacidad del equipo de exteriores de registrar, editar y almacenar en Full HD.

Capítulo 10

Cultura organizacional y políticas de Recursos Humanos

Los y las trabajadoras de los medios de gestión pública son también parte indispensable para el sostenimiento de los valores y el cumplimiento de los objetivos que las emisoras se plantean. Por eso es necesario evaluar también cómo esos medios gestionan y se relacionan con sus recursos humanos como parte de sus políticas de calidad. Una de las directrices para los medios públicos democráticos elaborados por Margarita Graciano (1986) alienta a *“promover y estimular una cada vez mayor participación de los sectores laborales ligados a los medios en el plano tanto de la creatividad como de la toma de decisiones”* (p.82).

Por otra parte, la capacitación profesional en materia de pluralismo y libertad de expresión es otro de los pilares de la evaluación propuesta por UNESCO, donde se destaca, además, el doble papel que, como fiscalizadores y fuente de apoyo, juegan los gremios profesionales y las organizaciones de la sociedad civil.

Asimismo, un aspecto interesante destacado por UNESCO en tanto indicador de la capacidad de los medios para representar la diversidad social es la composición de su personal. Como ejemplo se señala la presencia de periodistas y personal ejecutivo que sean mujeres o provengan de grupos minoritarios. En relación a ello, creemos que tal composición refiere, por cierto, a una decisión política y también forma parte integrante del pluralismo al que se alude en este trabajo.

Por último, esta dimensión contempla al espacio en el que pasan sus horas los trabajadores como un área clave en el vínculo entre la institución y su personal. En este sentido, se evaluó también las disposiciones espaciales de la emisora en función del respeto a las necesidades de los trabajadores.

10.1. Aspectos metodológicos

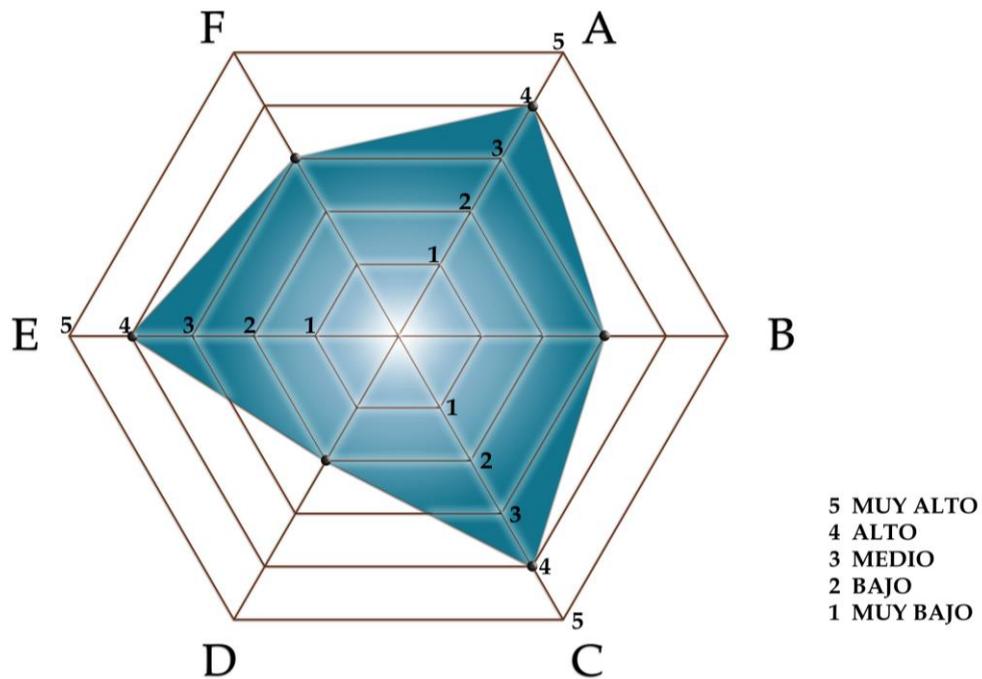
Para la evaluación de la calidad en el diseño de la cultura organizacional y en la gestión de los recursos humanos de la Televisión pública se acudió a recorridos por la emisora y se tomaron tanto las apreciaciones y la documentación presentada por las áreas del canal comprometidas con esa tarea como las valoraciones de sus trabajadores a través de sus representaciones gremiales.

De esta manera, la dimensión “Cultura organizacional y política de recursos humanos” se mide a partir de los siguientes indicadores y variables:

- A. Políticas de capacitación de personal
- B. Concursos públicos para ingreso y promoción de personal
- C. Contratación de personal acorde a legislación vigente
- D. Evaluación técnica del desempeño profesional
- E. Política de planificación y comunicación de horarios
- F. Estructura edilicia en condiciones adecuadas de trabajo

10.2. Medición

Gráfico 10. Resultados de la dimensión de cultura organizacional y políticas de Recursos Humanos



- A. Políticas de capacitación de personal
- B. Concursos públicos para ingreso y promoción de personal
- C. Contratación de personal acorde a legislación vigente
- D. Evaluación técnica del desempeño profesional
- E. Política de planificación y comunicación de horarios
- F. Estructura edilicia en condiciones adecuadas de trabajo

A. Políticas de capacitación de personal

Para cualquier organización en constante crecimiento y evolución (en el sector audiovisual esta condición es especialmente sensible), la política sostenida de capacitación de sus recursos humanos es la garantía de que esa evolución puede ser acompañada y apuntalada por los trabajadores y las trabajadoras de la organización. Es por ello que, para este estudio, consideramos la existencia esa política como un requisito para evaluar la calidad en la gestión de los recursos humanos.

Para medir este indicador se utilizaron las siguientes variables:

- 1) *Existen cursos y otras actividades de capacitación de índole técnica*
- 2) *Existen cursos y actividades de capacitación de índole administrativa o de conocimientos generales.*
- 3) *Los cursos y actividades se difunden internamente.*
- 4) *Plan de carrera*

Tal como pudo constatarse, existen en el canal cursos y actividades de capacitación técnica y administrativa o de conocimientos generales de forma regular. Por ejemplo, para la compra de nueva tecnología se ha tomado la política de adquirir cursos de capacitación sobre su uso, lo que capitaliza al canal tanto desde su equipamiento como desde la calidad de sus recursos humanos. Algunos ejemplos de cursos de capacitación que pudieron constatarse son “Televisión Digital sin comprimir, desde el video compuesto, HDTV, a los 8K”, “Transporte de video y audio con y sin comprensión, a través de Fibras Ópticas y sistemas de transmisión de Telcos”, “Compresión de video y Audio. Nuevas tecnologías para la generación de imágenes”, entre otros. Toda la comunicación interna se realiza a través de comunicados al personal, los cuales se remiten por un correo electrónico mediante intranet y utilizando las carteleras disponibles.

No obstante ello, no existe un plan de carrera de previsibilidad al desenvolvimiento en el tiempo de los trabajadores y las trabajadoras del canal y que aliente a la formación y la capacitación para crecer dentro de la organización. En virtud de lo analizado, el nivel con el que se calificó este indicador es Alto.

B. Concursos públicos para ingreso y promoción de personal

Otro de los aspectos relevantes para la ponderación de la gestión de los recursos humanos es la transparencia en la incorporación de personal nuevo y en la promoción del ya existente. Al respecto, el consenso generalizado considera a los concursos públicos, abiertos, transparentes y con participación de las representaciones de los trabajadores y las

trabajadoras como la mejor herramienta para garantizar esa transparencia. En virtud de ello, este trabajo se propuso considerar ese aspecto de la gestión de los recursos humanos para evaluar su calidad. Para considerar este indicador, se utilizaron las siguientes variables:

- 1) *El ingreso de personal de planta permanente ingresa por medio de concurso (porcentaje mayor al 90%).*

A partir de entrevista técnica con el área de Recursos Humanos, visualización de documentación formal del área y consulta con sectores gremiales, pudo constatarse que el 100% del ingreso de personal de planta permanente desde 2012 es por medio de concursos públicos y abiertos.

- 2) *Los concursos son públicos.*
- 3) *Se difunden a través de la web del organismo.*
- 4) *Se puede iniciar el trámite por internet (para que pueda postularse de todo el país).*

Se pudo contrastar que los concursos son públicos y que se difunden a través de la web, aunque no se encuentran publicados la totalidad de los concursos concluidos. El trámite se puede iniciar por internet, permitiendo la participación desde distintas zonas del país.

En este punto en particular, es menester señalar que una de las organizaciones gremiales con representación dentro del canal, la Asociación del Personal Jerárquico, hizo notar su imposibilidad de participar de los concursos con veedores de los mismos, lo que ellos consideran una situación de franca discriminación a su organización.

- 5) *Los cargos que forman parte de la planta transitoria se encuentran justificados por el tipo de tareas realizadas y no encubren formas de subcontratación.*

A partir de entrevista técnica con el área de Recursos humanos se relevó que el porcentaje de personal en planta transitoria respecto del total de personal en Planta Permanente es del 5,4%. El número fue confrontado posteriormente con entrevistas realizadas tanto a personal jerárquico como a representantes sindicales y no se registraron casos de conflictividad relacionados con ese asunto.

En virtud de los resultados obtenidos, el nivel con el que se califica a este indicador es medio.

C. Contratación de personal acorde a legislación vigente

El requisito del cumplimiento de la normativa vigente en materia de relaciones laborales es indispensable para considerar la calidad en la gestión de los recursos humanos de cualquier organismo público. Si bien es esperable que, por tratarse de tal, toda organización administrativa del estado respeta esas normas mínimas, lo cierto es que, por los avatares por los que ha pasado en los últimos 20 años, en el Estado argentino no es ese un principio que deba darse por descontado. Es por ello que este trabajo puso especial interés en conocer cuál era la situación contractual de los trabajadores y las trabajadoras de la Televisión pública de acuerdo a la legislación vigente que regula las relaciones laborales en Argentina. Para medir este indicador, se consideraron las siguientes variables:

1) Cumplimiento de la Ley de contrato de trabajo.

2) Existencia de reuniones entre los delegados y las autoridades Mediante documentación.

3) Existencia de convenios.

4) Existencia de libertad de sindicalización.

Del análisis de la documentación aportada por la empresa y en virtud de lo recogido en las entrevistas con los distintos responsables del canal y con las representaciones sindicales, se verificó la realización de reuniones entre delegados y autoridades con al menos dos de las representaciones gremiales (la Asociación del Personal Jerárquico manifestó su incomodidad por no ser recibidos por las autoridades del canal con la frecuencia que ellos estiman conveniente). También se comprobó la existencia y el respeto, en líneas generales, de los convenios colectivos de trabajo, más allá de observaciones puntuales de las asociaciones gremiales sobre aspectos específicos que supondrían eventuales incumplimientos, pero que no están por fuera de los niveles de discrepancia habitual entre sindicatos y empresas, discrepancia que, por otra parte, las organizaciones de trabajadores pueden expresar libremente y sobre las que, eventualmente, accionan ante los organismos de control correspondientes. En orden de lo anterior, se verificó la libertad de sindicalización.

5) Se verifica mediante entrevista que la empresa tiene una política de seguridad e higiene.

Se constató en la emisora el cumplimiento de la Ley 19587 "Ley de Higiene y Seguridad del Trabajo" y sus modificatorias. Adicionalmente se aplican diversas normativas del Gobierno Nacional y Gobierno de la Ciudad relacionadas con la materia. A los efectos de la implementación de las normativas, se constató un Departamento de Higiene y Seguridad que depende de la Gerencia de RRHH.

De acuerdo a lo observado, el nivel con el que se califica a este indicador es Alto.

D. Evaluación técnica del desempeño profesional

Junto con las políticas de ingreso y promoción del personal y las iniciativas de capacitación, la evaluación técnica de los recursos humanos es, para cualquier organización compleja, la garantía de que esas iniciativas de ingreso y promoción, y la de capacitación, están dando resultados. Es por ello que el presente estudio también consideró las políticas de evaluación periódica del personal como un aspecto relevante de la gestión de los recursos humanos. Para medir este indicador se relevaron las siguientes variables:

- 1) *Se verifica la existencia de procedimientos formales para llevar adelante la evaluación.*
- 2) *Se verifica mediante entrevista la realización de acciones específicas con los resultados.*
- 3) *Se verifica que los procedimientos contemplan las notificaciones de los criterios y resultados a las personas evaluadas.*
- 4) *Se verifica la existencia de mecanismos de apelación*

En virtud de los relevamientos realizados, se constató que en la emisora no se realizan procedimientos formales para la evaluación del personal, con su consecuente procedimiento de notificación y apelación, ni se realizan en consecuencia acciones en función de sus resultados, lo que pone en riesgo la eficacia tanto de las políticas de ingreso y promoción como las de capacitación. Por lo antedicho, en nivel con el que se califica a este indicador es Bajo.

E. Política de planificación y comunicación de horarios

Para una organización de la complejidad de una emisora televisiva, la puesta en práctica de un sistema de administración de sus recursos humanos que le permita acompañar el flujo complejo de sus operaciones es imprescindible para que el funcionamiento no se resienta. Es por ello que este estudio resolvió considerar la política en la organización de los horarios y en su comunicación como una variable a tomar en cuenta para medir la calidad del funcionamiento de la Televisión pública. Para ello se tomaron en consideración las siguientes variables:

- 1) *Existe un sistema para la organización de los horarios del personal.*
- 2) *El sistema es informático.*

3) El sistema contempla al menos 48 hs. de anticipación.

4) Hay al menos dos modos paralelos de comunicación.

Se verificó la existencia de un sistema específico para la planificación y comunicación de los horarios del personal. Se trata además de un sistema informático que contempla al menos 48 hs. de anticipación (tal cual lo contempla el convenio colectivo del Sindicato Argentino de Televisión) y con dos modos paralelos de comunicación, intranet y cartelera. Por lo anterior, el nivel alcanzado por este indicador es Alto.

F. Estructura edilicia en condiciones adecuadas de trabajo

El edificio de la Televisión Pública, ubicado en Figueroa Alcorta, denominado originalmente Centro de Producción de Televisión Buenos Aires, fue construido como parte de las obras llevadas a cabo en ocasión del Campeonato Mundial de Fútbol de 1978, realizado en nuestro país. Es un edificio construido específicamente para que funcionara en él un canal de televisión, claro que con las características que esto suponía hace casi 40 años atrás. En virtud de ellos, es necesario considerar su actualización y acondicionamiento para el adecuado desarrollo de las tareas del personal que trabaja hoy en la Televisión pública. Para evaluar el presente indicador, se tomaron en cuenta las siguientes variables:

1) Se verifica la existencia de espacios de descanso y espacio para la guarda de objetos personales.

2) Se verifica la existencia de un comedor.

3) Se verifica la existencia de una sala de reuniones.

4) Se verifica la existencia de un jardín maternal.

5) Se verifica la existencia de espacios de capacitación y formación de RRH.

Se verificó la existencia de una estructura edilicia adecuada y con espacios de guarda de objetos personales, comedor, sala de reuniones, jardín maternal y espacios de capacitación y formación de recursos humanos. No se encontró un espacio específico para descanso del personal de la emisora pública, lo que se contempla en esta investigación, a partir de los testimonios de los trabajadores y del personal jerárquico, como una falta grave, ya que la labor televisiva incluye horarios rotativos y en muchas ocasiones intervalos de tiempos sin tareas. En virtud de la información relevada, el presente indicador se califica con un nivel Medio.

Capítulo 11

Protección del patrimonio audiovisual

Esta dimensión pretende relevar, en términos generales, las políticas desarrolladas por la emisora que consisten en la preservación de la producción audiovisual, conforme a su condición de patrimonio cultural de la sociedad.

La concepción de "patrimonio cultural" es desarrollada formalmente por UNESCO durante la *"Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural"*, en la que se reconoce *"la importancia que tiene para todos los pueblos del mundo, la conservación de esos bienes únicos e irremplazables de cualquiera que sea el país a que pertenezcan"* (1972:1)

El patrimonio cultural de un país son los objetos, edificios, canciones, relatos o cualquier expresión que valga la pena conservar para las generaciones futuras por su valor económico, por despertar emociones, o hacernos sentir que pertenecemos a una cultura o a una forma de vida característica. La palabra patrimonio (del latín *patri* –padre- y *monium* –recibido-) significa "lo recibido por línea paterna" y concierne al carácter de herencia cultural, y por lo tanto, a la necesidad de su preservación y conservación.

En este sentido, el patrimonio cultural de un país se protege a partir de la identificación de sus elementos y rasgos propios, su documentación y el desarrollo de acciones de investigación, preservación, promoción, mejora y transmisión de su herencia cultural a las generaciones presentes y futuras.

UNESCO obliga a los estados de los países miembros de Naciones Unidas a aplicar medidas para salvaguardar el patrimonio a fin de resguardar la diversidad cultural, frente a la tendencia homogeneizadora del actual proceso de globalización, para contribuir al diálogo y el respeto entre culturas. Es de advertir que, a lo largo de las décadas, el contenido de la expresión "patrimonio cultural" ha cambiado incorporando el concepto de "patrimonio inmaterial", a fin de dar cuenta no solamente de monumentos o colecciones de objetos, sino también prácticas ancestrales o expresiones vivas heredadas y transmitidas por los pueblos de generación en generación. Se contemplan en este concepto tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculadas a la artesanía tradicional.

Según señala UNESCO:

Pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida. La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. El valor social y económico de esta transmisión de conocimientos es pertinente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado, y reviste la misma importancia para los países en desarrollo que para los países desarrollados. (UNESCO, 2003:2)

En la “Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales”, UNESCO define al “contenido cultural” como aquel que “se refiere al sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales o las expresan” (2005: 4). En tanto, las “expresiones culturales” son “las expresiones resultantes de la creatividad de personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural” (UNESCO, 2005: 5). Las “actividades, bienes y servicios culturales” se refieren a las:

Actividades, los bienes y los servicios que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales. (UNESCO, 2005: 5)

En su “Estrategia a Plazo Medio para 2008–2013”, UNESCO (2007) subraya que:

Se centrará en su labor de sensibilización, la elaboración de recomendaciones y el asesoramiento en materia de políticas con miras a mejorar la capacidad de los encargados de la adopción de decisiones y los actores sociales locales, nacionales e internacionales de incorporar los principios de la diversidad cultural y los valores del pluralismo cultural al conjunto de las políticas públicas. La primera línea de esta estrategia respaldará el desarrollo del sector cultural promoviendo enérgicamente un entorno favorable a la integración de la cultura en las políticas nacionales de desarrollo y la legislación, en particular las relativas a la educación, las ciencias, la comunicación, la salud, el medio ambiente y el turismo. (UNESCO, 2007:29)

En el mismo documento, se señala que:

Una tarea de envergadura será promover el respeto de la diversidad cultural en los sistemas educativos y en los contenidos de la enseñanza y el aprendizaje. Para ello será preciso esforzarse por integrar los principios del respeto de la diversidad cultural en una educación de calidad para todos a todos los niveles, especialmente impulsando la educación multicultural, la educación relativa al patrimonio y la diversidad lingüística en la educación. El fortalecimiento de las capacidades a fin de crear y preservar la diversidad de los contenidos culturales y garantizar el acceso a ellos se beneficiará de utilidades innovadoras de las TIC, entre otras cosas, mediante las políticas encaminadas a preservar el patrimonio documental, y (...) reforzar la diversidad cultural al tiempo que se promueve la libertad de expresión". (UNESCO, 2007:29)

Con respecto al patrimonio audiovisual, la Conferencia General de la UNESCO, en su 33ª reunión, de octubre de 2005, aprobó la Resolución 33 C/53 por la que se proclamó el 27 de octubre de cada año Día Mundial del Patrimonio Audiovisual. La tradición en esta materia reconoce como antecedente la 22ª Conferencia, realizada en el 1980, durante la cual se iniciara un camino concientización respecto del valor patrimonial de la producción audiovisual, donde se define el material objeto de esta categoría, del siguiente modo:

Se entiende por "imágenes en movimiento" cualquier serie de imágenes registradas en un soporte (independientemente del método de registro de las mismas y de la naturaleza del soporte -por ejemplo, películas, cinta, disco, etc.- utilizado inicial o ulteriormente para fijarlas) con o sin acompañamiento sonoro que, al ser proyectadas, dan una impresión de movimiento y están destinadas a su comunicación o distribución al público o se producen con fines de documentación; se considera que comprenden entre otros, elementos de las siguientes categorías:

- i) producciones cinematográficas (tales como películas de largo metraje, cortometrajes, películas de divulgación científica, documentales y actualidades, películas de animación y películas didácticas);*
- ii) producciones televisivas realizadas por o para los organismos de radiodifusión;*
- iii) producciones videográficas (contenidas en los videogramas) (UNESCO, 1980)*

En cuanto a los antecedentes en esta materia a nivel nacional, cabe destacar que existe una normativa que hace referencia al patrimonio cultural nacional. La Ley 25.750 de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales, coloquialmente conocida como la "Ley de Medios Culturales" (en adelante LMC), entró en vigencia el 15 de julio de 2003. Como política

de Estado en pos de salvaguardar el desarrollo, la innovación tecnológica y científica, la defensa nacional y el acervo cultural, la LMC tiene por objeto la preservación de lo siguiente:

- El patrimonio antropológico, histórico, artístico y cultural;
- Las empresas dedicadas a la ciencia, tecnología e investigación avanzada que resulten fundamentales para el desarrollo del país;
- Actividades e industrias de relevante importancia para la defensa nacional; y
- El espectro radioeléctrico y los medios de comunicación.

Todo ello sin perjuicio de lo dispuesto por leyes especiales destinadas a tutelar los intereses estratégicos de la Nación. A fin de cumplir su objeto, la LMC establece que, a partir de su entrada en vigencia, la propiedad de los medios de comunicación deberá ser de empresas nacionales. Las empresas extranjeras pueden participar hasta un máximo del 30 por ciento del capital accionario, que otorgue derecho a voto hasta por el mismo porcentaje. Ese porcentaje podrá ser ampliado en reciprocidad con los países que contemplan inversiones extranjeras en sus medios de comunicación, hasta el porcentaje en que ellos lo permiten. La LMC considera medios de comunicación a los siguientes:

- Diarios, revistas, periódicos y empresas editoriales en general;
- Servicios de radiodifusión y servicios complementarios de radiodifusión comprendidos en la Ley N° 22.285 (Ley de Radiodifusión vigente al momento de la entrada en vigencia de la LMC, de la que se consideran el servicio subsidiario de frecuencia modulada, el servicio de antena comunitaria, el servicio de circuito cerrado comunitario de audiofrecuencia o de televisión y aquéllos que autorice como tales el Comité Federal de Radiodifusión);
- Productoras de contenidos audiovisuales y digitales;
- Proveedoras de acceso a Internet; y
- Empresas de difusión en vía pública.

11.1. Aspectos metodológicos

El material producido o emitido por una emisora pública presenta un alto valor patrimonial y constituye una responsabilidad del Estado garantizar su preservación. Para dar cuenta de la situación de la emisora pública argentina respecto del cuidado y protección de su patrimonio cultural, se desarrollan cinco indicadores, operacionalizados en un conjunto de variables que apuntan a relevar de modo contrastable la existencia de procedimientos estandarizados orientados a la guarda del material audiovisual producido y archivado a lo largo de la historia de la emisora. Las técnicas de relevamiento conjugan recorridos por sus instalaciones, entrevistas a autoridades y técnicos y análisis de documentos, protocolos de manipulación y software. Se releva la condición de las instalaciones de archivo y equipos de restauración, las políticas de recuperación de registros perdidos, la catalogación y,

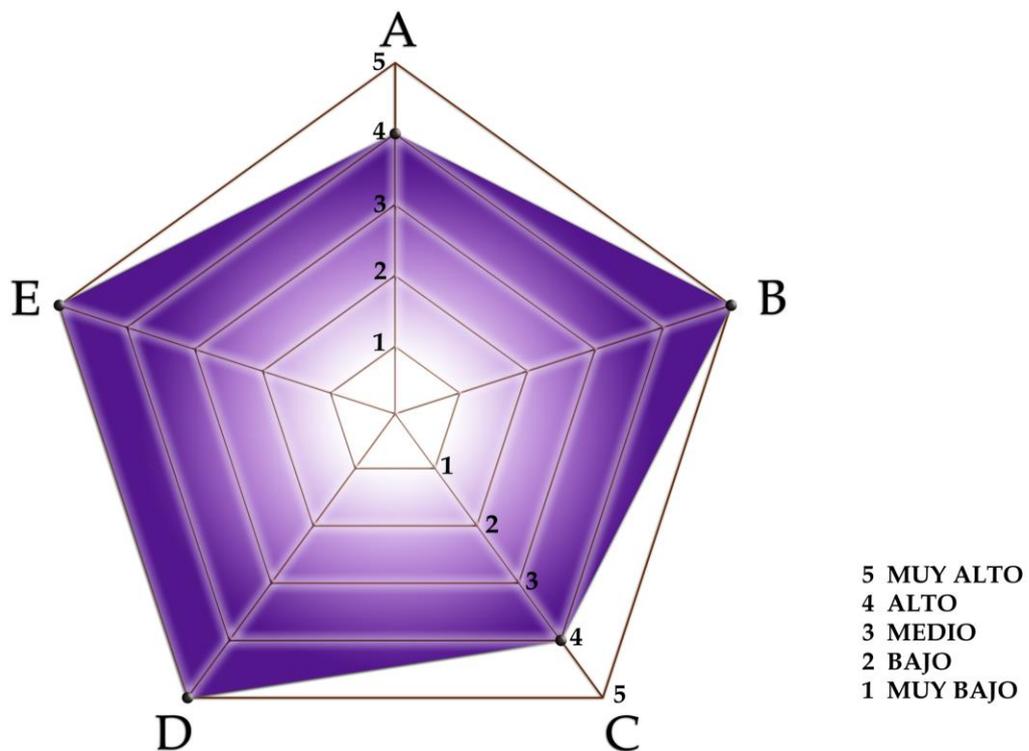
finalmente, las acciones orientadas a su difusión pública. La valoración de estas variables considera como cumplimiento máximo la existencia contrastable y documentada de procedimientos institucionalizados y sistemáticos de protección del patrimonio.

Esta dimensión se mide a partir de 5 indicadores:

- A. Existen condiciones edilicias que garantizan las conservación del material audiovisual**
- B. Existe una planificación política orientada a la restauración y recuperación de material audiovisual de archivo**
- C. La emisora cuenta con equipamiento y personal calificado para la conservación del patrimonio audiovisual**
- D. La emisora cuenta con procedimientos instituidos para la catalogación e indexación del material conservado**
- E. Existe una política de difusión del archivo y su material**

11.2. Medición

Gráfico 11. Resultados de la dimensión de protección del patrimonio audiovisual



- A. Condiciones edilicias de conservación del material audiovisual
- B. Política de restauración y recuperación de material audiovisual de archivo
- C. Equipamiento y personal calificado para la conservación del patrimonio audiovisual
- D. Procedimientos para catalogación e indexación del material conservado
- E. Política de difusión del archivo y su material

A. Existen condiciones edilicias que garantizan la conservación del material audiovisual

La emisora cuenta con un archivo histórico, que depende de RTA, y cuenta con más de 65.000 soportes (200.000 documentos audiovisuales) que contienen registros desde el año 1956. La conservación de un patrimonio audiovisual de esta envergadura presenta diversos obstáculos vinculados, en primer lugar, a las exigencias físicas de conservación de los soportes (de formato analógico) en los que se conservan los registros. Se trata de materiales grabados en una multiplicidad de dispositivos (atendiendo a las variaciones sustanciales en materia de tecnología audiovisual), cada uno de los cuales exige condiciones específicas de humedad y temperatura: filmico de 16 mm sonoro (en su mayoría blanco y negro), rollos de cinta Cuadrex de 2", rollos de cinta de 1" formato B, rollos de cinta de 1" formato C, video casetes U-matic, video casetes BetaCam SP. Se considera entonces de vital importancia la disponibilidad de un espacio de guarda exclusivo, especialmente acondicionado que disponga de un mobiliario adecuado que evite la manipulación innecesaria de los materiales y atienda a sus características físicas a fin de resguardar su conservación.

1) La emisora cuenta con condiciones edilicias adecuadas para la conservación de su patrimonio audiovisual.

Sobre este aspecto prioritario, dice UNESCO (1980) en sus "Recomendación sobre la salvaguarda y conservación de imágenes en movimiento" que "el material depositado debería conservarse en los archivos de cine o de televisión oficialmente reconocidos; cuando no existieran, debería hacerse todo lo posible por crearlos a nivel nacional y/o regional".

Mediante un recorrido por las instalaciones, las condiciones edilicias de los archivos de material audiovisual, se verifica la existencia de locales exclusivos y la disponibilidad de mobiliario adecuado que permite la localización y fácil acceso al material. Se comprueba la existencia en el edificio de la emisora de una bodega de 244 m² especialmente construida que constituye un espacio de archivo, perfectamente aislado de la humedad y de temperatura controlada (15°C). El material se encuentra organizado en un dispositivo de estanterías móviles que facilitan la localización y acceso. Se trata de un local amplio, de acceso restringido a personal autorizado que cuenta con un sistema de préstamo controlado del material solicitado por la producción artística y periodística. El traslado del material se realiza de modo físico y es deseable, en este sentido, el desarrollo de un sistema digital que, según se indica en entrevista a los técnicos del área, se encuentra en proceso de desarrollo.

Se valora en grado muy alto la labor desarrollada por la emisora respecto al aspecto aquí relevado, en la medida en que constituye, sin dudas, un paso sin precedente en el sistema de medios nacional.

2) Se verifica la existencia de un dispositivo de control de temperatura y humedad que garantice la protección del material.

Resulta relativamente reciente, a nivel internacional, la puesta en conciencia del valor patrimonial de la producción televisiva. En relación con ello, los soportes de grabación no han sido tradicionalmente diseñados para ser conservados e incluso, las prácticas habituales de las emisoras han despreciado su guarda, promoviendo por ejemplo la reutilización de dispositivos, borrado o regrabando registros en los mismos soportes. Simultáneamente, el vertiginoso desarrollo tecnológico de los últimos años, deja como saldo una diversidad amplia de dispositivos, cada uno de los cuales exige condiciones diferentes de conservación. Si bien puede considerarse que las características físicas de los soportes que conviven en el archivo (discos de pasta, formatos diversos de video y cintas de filmico) exigen valores de humedad y temperatura específicos, es de destacar el trabajo de la emisora en el establecimiento de una fórmula capaz de garantizar su convivencia y óptima conservación.

3) Se verifica mediante entrevista y análisis de documentos, la existencia de normas explícitas para el manejo del material audiovisual.

Una política consolidada de protección patrimonial debe contar con instrumentos de estandarización de prácticas cristalizadas en protocolos que expliciten criterios de manipulación del material, regulen el acceso al mismo y guíen las diferentes acciones de conservación, restauración, catalogación y difusión. La existencia de documentos de esta naturaleza constituye la diferencia entre una política de reciente implementación y una política institucional establecida, capaz de trascender cambios coyunturales en la gestión de la emisora y de constituir lineamientos de trabajo en general. En el caso de la custodia patrimonial, esta institucionalidad de los criterios y procedimientos se vuelve particularmente imprescindible.

Se ha valorado en grado moderado la existencia de normas que exige esta variable, en virtud de advertir que si bien existen criterios consensuados observados por el personal del área, la emisora no ha avanzado en la redacción de protocolos y normativa interna.

4) Se verifica mediante entrevista y análisis documental, la existencia de personal idóneo a cargo de la guarda y conservación del material.

La especificidad de la tarea llevada a cabo por esta área exige de la consolidación de equipo técnico y profesional capaz de llevar adelante no solamente las tareas que constituyen la guarda y conservación del material sino de hacer observar ciertas normas de acceso restringido, concientizar al resto de técnicos y profesionales de la emisora que tienen contacto con el material por motivos artísticos, etc. Se comprueba la existencia de personal idóneo para la realización de las tareas referidas.

La evaluación general de este indicador es "Alto".

B. Existe una planificación política orientada a la restauración y recuperación de material audiovisual de archivo

La protección del material audiovisual requiere tareas de restauración y recuperación que exigen una alta capacidad técnica y profesional. Esto no puede quedar librado al sentido común y a la buena voluntad de los actores institucionales, sino que debe ser fruto de un proceso de concientización reflejado en políticas efectivas que incluyan un conjunto de normativas internas, procedimientos formales y acciones de capacitación técnica y profesional del personal a cargo.

1) Existencia de un plan de restauración.

Los procedimientos de restauración de cualquier material patrimonial requieren de un alto grado de concientización por parte de los actores institucionales, en la medida en que su concreción requiere del desarrollo de acciones de largo plazo, cuyos resultados suelen no ser apreciados en lo inmediato. Esto constituye un notable desafío, en el marco de cierta cultura institucional cortoplacista propia de la experiencia local (no exclusiva del campo de los medios públicos sino extensiva a otros ámbitos públicos y privados).

Respecto de la materia específica de la restauración de material audiovisual, es de notar que las prácticas propias del campo orientadas a la fugacidad de las tecnologías implementadas constituyen en sí mismas un obstáculo a la hora de adquirir equipos capaces de reproducir soportes entrados en desuso hace décadas y de convocar técnicos capaces de operarlos, repararlos, etc.

Se destaca, entonces, la importante tarea llevada adelante por la emisora, que incluye no solamente la adquisición de un transfer de alta tecnología que permite digitalizar material grabado en antiguos soportes, sino también tareas llevadas a cabo por parte de su personal técnico que ha elaborado piezas inexistentes en el mercado, reparado antiguas máquinas, convocado especialistas internacionales, etc. El relevamiento de esta variable ha arrojado una valoración óptima en la medida en que sienta un precedente sustancial en materia de protección patrimonial a nivel nacional.

2) Existe un plan de recuperación.

Se toman en consideración los mecanismos de recuperación física del material que incluyen procedimientos establecidos de limpieza y puesta en condiciones del material para su digitalización (tanto en el caso de cintas magnéticas como del material filmico que requiere tareas artesanales de reparación). La variedad de formatos requiere de acciones diversas de preparación específica previa a su reproducción para digitalización. Esta tarea no solamente mejora la calidad del soporte audiovisual sino que preserva el equipo reproductor (en muchos casos, los equipos mismos constituyen piezas de colección inaccesibles en el mercado de tecnologías de reproducción) evitando su desgaste.

Durante el relevamiento se aprecia la existencia y práctica efectiva de tareas de reparación de equipo de limpieza y recuperación y el desarrollo de procedimientos estandarizados para la puesta en práctica de esta actividad de modo sistemático y controlado.

3) *Existen procedimientos de digitalización.*

Como ha señalado Irina Bokova, Directora General de la UNESCO, con motivo del Día Mundial del Patrimonio Audiovisual, el día 27 de octubre de 2015:

Resulta esencial que el patrimonio audiovisual sea accesible para todos. Sin embargo, los documentos audiovisuales son seres vivos y, por ende, también vulnerables y frágiles. Una gran parte del patrimonio audiovisual del mundo se ha perdido ya de manera irrevocable a causa de la negligencia, la destrucción, la mala suerte o la falta de recursos, competencias y estructuras adecuados, lo que supone un empobrecimiento de la memoria de la humanidad (...) Disponemos de entre 10 y 15 años para transferir las grabaciones audiovisuales disponibles a soportes digitales y evitar su pérdida. (Bokova, 2015)

La digitalización del material audiovisual resuelve simultáneamente la conservación de los aspectos inmateriales del patrimonio como su replicabilidad y, por lo tanto, habilita políticas de difusión del material conservado, promoción de su conocimiento por parte de la sociedad.

4) *Se verifican acciones de restauración, recuperación y digitalización.*

Mediante entrevista y análisis documental se evalúa la realización efectiva de tareas de restauración, recuperación y digitalización atendiendo los recursos técnicos disponibles, las acciones de adquisición de equipos y porcentaje del material acondicionado. Las acciones relevadas dan cuenta no solamente de una planificación consistente de la tarea global de consolidación del archivo audiovisual y del desarrollo sistemático de tareas de restauración, recuperación y digitalización sino de su eficaz puesta en práctica. En el momento del presente relevamiento, el archivo lleva digitalizados (y por lo tanto, recuperados, catalogados y restaurados) un total de 29.000 documentos audiovisuales. Esto resulta en una valoración óptima de este indicador.

C. La emisora cuenta con equipamiento y personal calificado para la conservación del patrimonio audiovisual

La existencia de personal capacitado da cuenta de una consolidación institucional del valor patrimonial de la producción. Se releva la existencia de equipos adecuados para el desarrollo de políticas de guarda patrimonial, atendiendo a la capacidad técnica de personal y

las políticas para su capacitación. Se considera de máximo cumplimiento la existencia del departamento o dependencia interna que garantice las tareas de preservación y restauración con sistema de ingreso y promoción por concurso público y con políticas de capacitación regular. Se aplican entrevistas y análisis documental.

1) y 2) La emisora tiene acceso a un equipamiento adecuado para desarrollar las tareas de conservación y ha adquirido equipos con este fin.

Como en cualquier política de protección patrimonial, la vocación de su sostenimiento en el largo plazo exige de una inversión en equipos que consoliden una capacidad instalada para cumplir con las acciones necesarias de conservación, restauración, digitalización. En este sentido, tanto en los registros documentales de la emisora como en los recorridos realizados para el presente estudio y las entrevistas realizadas a técnicos, se verifica la disponibilidad de un Transfer High Definition con capacidad para formatos de 16mm, Súper 16mm, 35mm, Súper 35mm, sonido óptico y magnético, que cuenta con un sistema de tracción de película a capstan que permite la digitalización de material fílmico y el ajuste de valores de color e iluminación en tiempo real, optimizando la grabación, en caso de que la cinta se encuentre próxima a su perecimiento. Se verifica además la existencia de equipos reproductores de cintas de videotape, en formato Cuadruplex 2", VPR 1", BCN 1", U-matic y Betacam para el archivo audiovisual de la TV Pública y reproductoras de discos de pasta, vinilo y acetato en 33, 45 y 78 rpm.

La conjugación de estos equipos cubre las necesidades de digitalización del archivo y resultan en una valoración óptima de esta variable.

3, 4 y 5) Cuenta con personal idóneo para visualización, para realización de chequeo técnico y personal de indexación.

La consolidación de un equipo profesional y técnico dentro del área de archivo da cuenta de la institucionalidad de una política concebida para el largo plazo, en términos generales. Pero, en lo que respecta a la política de protección del patrimonio audiovisual, este requisito se vuelve imprescindible en virtud del carácter relativamente incipiente de esta condición patrimonial dentro del ámbito televisivo y mediático en general, lo que produce escasez de técnicos capaces de manipular maquinaria considerada obsoleta en el mercado, ausencia de ámbitos de capacitación en técnicas de restauración, etc. La disponibilidad por parte de la emisora de un conjunto de profesionales y técnicos propios que llevan adelante las tareas de investigación y capacitación necesarias constituye un requisito imprescindible e imposible de ser reemplazado de modo sistemático por contrataciones externas o tercerización de tareas de restauración. Se verifica que actualmente el Archivo Histórico cuenta con un equipo permanente de 8 trabajadores que cumplen tareas de coordinación y catalogación. Pero cuenta además con la colaboración de un equipo de 12 técnicos y profesionales de otras áreas de la emisora que colaboran en tareas del Archivo repartiendo

su tiempo de trabajo entre dos áreas. La singularidad y complejidad del alcance del Archivo Histórico y la envergadura de la tarea trazada ha exigido elaboración de circuitos de trabajo con las áreas de producción, ingeniería y producción y con el noticiero. Se trata de una tarea colaborativa que aporta a la consolidación de la política del Archivo, no obstante, se advierte que el tamaño de la tarea y la especificidad de las competencias del personal involucrado, exige de una consolidación de un equipo permanente que desarrolle su actividad de forma permanente en el Archivo.

La valoración de este indicador es alta.

D. La emisora cuenta con procedimientos instituidos para la catalogación e indexación del material conservado

“La INDIZACIÓN es parte del procesamiento, consiste en describir y caracterizar a un documento con la ayuda de representaciones de los conceptos contenidos en él. Facilita la recuperación de información para satisfacer su demanda. Durante este proceso se eligen aquellos términos más apropiados, ya sea por materias, personas, instituciones o lugares. Para los archiveros, son palabras que se vinculan al contenido del documento” (Mesa León et al., 2007: 10).

Las políticas de cuidado patrimonial sólo resultan efectivas si contemplan procedimientos de guarda ordenada del material facilitando su acceso. Se fundamenta este indicador en que debe propiciarse la consulta y búsqueda del patrimonio organizado de la emisora pública de televisión. Empíricamente se releva la existencia de sistemas de catalogación según estándares internacionales y su cumplimiento efectivo. Para esto se realizan entrevistas y análisis documental.

1) *Se verifica la existencia de un software específico para la administración del sistema de códigos, etiquetas de catalogación y mecanismos de localización del material.*

En este sentido se releva empíricamente en la emisora el desarrollo de un software propio (Prisma) capaz de responder simultáneamente a los estándares de catalogación y a la localización rápida de material con fines a dar respuesta a demandas diarias de producción de programas, especialmente noticieros.¹⁸

¹⁸ En este sentido, la bibliografía sobre la materia sugiere distinguir en los archivos de metada, dos formas de archivado: una vinculada a la coconservación de datos y otra vinculada al material que debe ser reinsertado en procesos operativos. Así, por ejemplo: “the universe of metadata in connection with records. Two perspectives of metadata are apparent here: (1) metadata that position the document or record as part of a business process (both communicated and used) and (2) metadata that show the management of the (captured and stored) record. It is important to make this distinction between the record(s) as created and taking part in the business process and records as object of records”(Hofman, 2000:4)

Se valora de óptimo cumplimiento el desarrollo de este software y su implementación.

2) Se verifica que los procesos de indexación, registro y administración de archivos contemplen los elementos básicos para su adecuada identificación y consulta.

En este sentido se establecen tres variables que conjugan los elementos principales: a. sistema de códigos, c. sistema de etiquetas y d. lista de contenido. Como señala Hofman (2000), la principal tarea de un archivo de datos es mantener la información disponible para su uso. En este sentido, el especialista indica 4 dominios o perspectivas que la administración del archivo debe contemplar: “control intelectual”, “control administrativo”, control físico y técnico de los archivos y control de los procesos de administración de registros en sí mismo” (5)

3) Se verifica la posibilidad de consulta en red como una función disponible del sistema de administración de los archivos.

Esta función facilita la consulta de diversas áreas de la emisora, lo que promueve la utilización de los archivos en diversas producciones de forma ágil y adecuada a la temporalidad de la producción televisiva. En este sentido, se destaca la existencia de una plataforma de acceso al archivo denominada Prisma

Se verifica en la emisora un dispositivo de acceso especialmente destinado al área de la producción periodística que facilita la identificación del material en función de su contenido y su solicitud al archivo. Se observa también una disponibilidad física de copias en el área específica. La valoración de este indicador aprecia estos aspectos con un resultado “Muy alto”.

E. Existe una política de difusión del archivo y su material

La persistencia en el tiempo de las tareas de identificación, restauración y conservación comprendidas en una política de protección patrimonial dependen, en gran medida del desarrollo de acciones de difusión que permitan que la comunidad implicada asuma como propia la defensa del patrimonio, comprenda su valor cultural y participe de su conocimiento y difusión. En el caso de un patrimonio que supone un archivo, esta dimensión cobra un valor singular, en la medida en que el volumen de un archivo vuelve inaccesibles sus piezas de modo inmediato, sino que su acceso se encuentra siempre mediado por catálogos, sistemas de indexación y búsqueda, etc. que vuelven imprescindible una sistemática labor de difusión pública del contenido que instale a nivel social una idea global de lo que puede allí encontrarse. Claramente, esta tarea tan sensible supone un esfuerzo de

gran envergadura que no corresponde con la simple elaboración de piezas de publicidad o difusión (como en el caso de difusión de patrimonio cultural tradicional como edificios, monumentos, etc.) sino que exige de la elaboración de un software que administre el acceso al material, o sus catálogos y constituya en sí mismo una vía principal de acceso al mismo.

1) *Se difunde la existencia del archivo.*

Se verifica una política ambiciosa de difusión del archivo por parte de la emisora y de RTA, lo que produce una valoración óptima de este indicador. Al respecto, es de destacar la creación del sitio web “Prisma” como instrumento de difusión del archivo y puesta en conocimiento público, las acciones de conservación, restauración y digitalización llevadas a cabo como el acceso al material digitalizado, tanto perteneciente al archivo como obtenido por medio de convenios con otras instituciones. Según expresa la emisora en su página, esta herramienta apunta a:

La democratización del acceso al acervo audiovisual y sonoro del Archivo Histórico de RTA. En primera instancia en esta página se pone en estado público material emitido y/o grabado por Canal 7 y Radio Nacional. Aloja, a su vez, piezas audiovisuales cuya fuente original no es el Canal y que llegaron al Archivo a través de distintas producciones, tal el caso de los Sucesos Argentinos de la década del 40 y 50. Además se pueden visualizar en esta página web materiales a los que el Archivo ha accedido a través de convenios (...) En este sentido, el compromiso del Archivo y de Prisma es día a día poner en estado público nuevos registros -es decir, medias con sus fichas informativas correspondientes- que de esta manera se recortarán, adquiriendo contornos propios, de ese fondo que había permanecido casi invisible. (Archivo Prisma)

2) *Existen políticas específicas para difusión del material de archivo*

En un primer abordaje y atendiendo a la capacidad de difusión de un medio televisivo de cobertura nacional e internacional, resulta esperable que sea la propia pantalla un canal de difusión sistemático de la existencia del archivo y del material que contiene. No obstante, la relación entre éste y la producción diaria de la emisora excede esa finalidad y se encuentra vinculado a otros aspectos de calidad de la pantalla. Se trata por una parte de la construcción en el propio discurso televisivo de una memoria del medio, sus gramáticas y contenidos que otorgue espesor a su historia y enriquezcan su presente; de vehiculizar a través de la pantalla el acceso a registros de importante valor histórico y promover la producción de contenidos orientados por la función documental (claramente compatible con la misión de un medio público).

Es de destacar en relación con este aspecto el desarrollo de un “Archivo destacado, denominado Prisma y accesible a la consulta (<http://www.archivoprisma.com.ar/>)

especialmente trabajado como un instrumento de orientación en el recorrido del Archivo. Según explica el sitio:

“Prisma se presenta con un archivo Destacado cuya sinopsis, a diferencia de las usuales, incluye información y claves de lectura que están por fuera de la media y son producto de una investigación. Este destacado tiene una circulación semanal. A su derecha, se encuentra una sección de renovación diaria que obedece a la lógica del trabajo cotidiano en el Archivo: son los Últimos digitalizados que de este modo pasan a engrosar el acervo de la página”

Esta propuesta se completa con una edición diaria que tiene el objetivo de visibilizar alternativamente el material disponible, en tres secciones, descritas del siguiente modo: “Un día como hoy: medias audiovisuales o sonoras grabadas o emitidas años atrás pero que coinciden en día y mes con las de la jornada en curso.; Pasado y presente: se trata de registros que invitamos a relacionar con algunos de los aspectos de la coyuntura presente, en particular de esa jornada. Una sección diaria: los lunes son de *deportes*, los martes sobre registros que marcan acciones de *gobierno*, los miércoles *internacionales*, los jueves son dedicados a las *misceláneas* y los viernes, *música*”

3) Existen políticas de cooperación institucional orientadas a la difusión.

La celebración de convenios de cooperación resulta de vital importancia para la vida pública y la difusión del material de archivo. Los convenios abarcan diversos aspectos vinculados con las condiciones y términos de acceso al material a través de la web desde diversos puntos del planeta y con la promoción de la cooperación en materia de acciones de búsqueda y recuperación de piezas o colecciones perdidas, tareas de restauración y capacitación del personal, promoción de la investigación con el material disponible, etc.

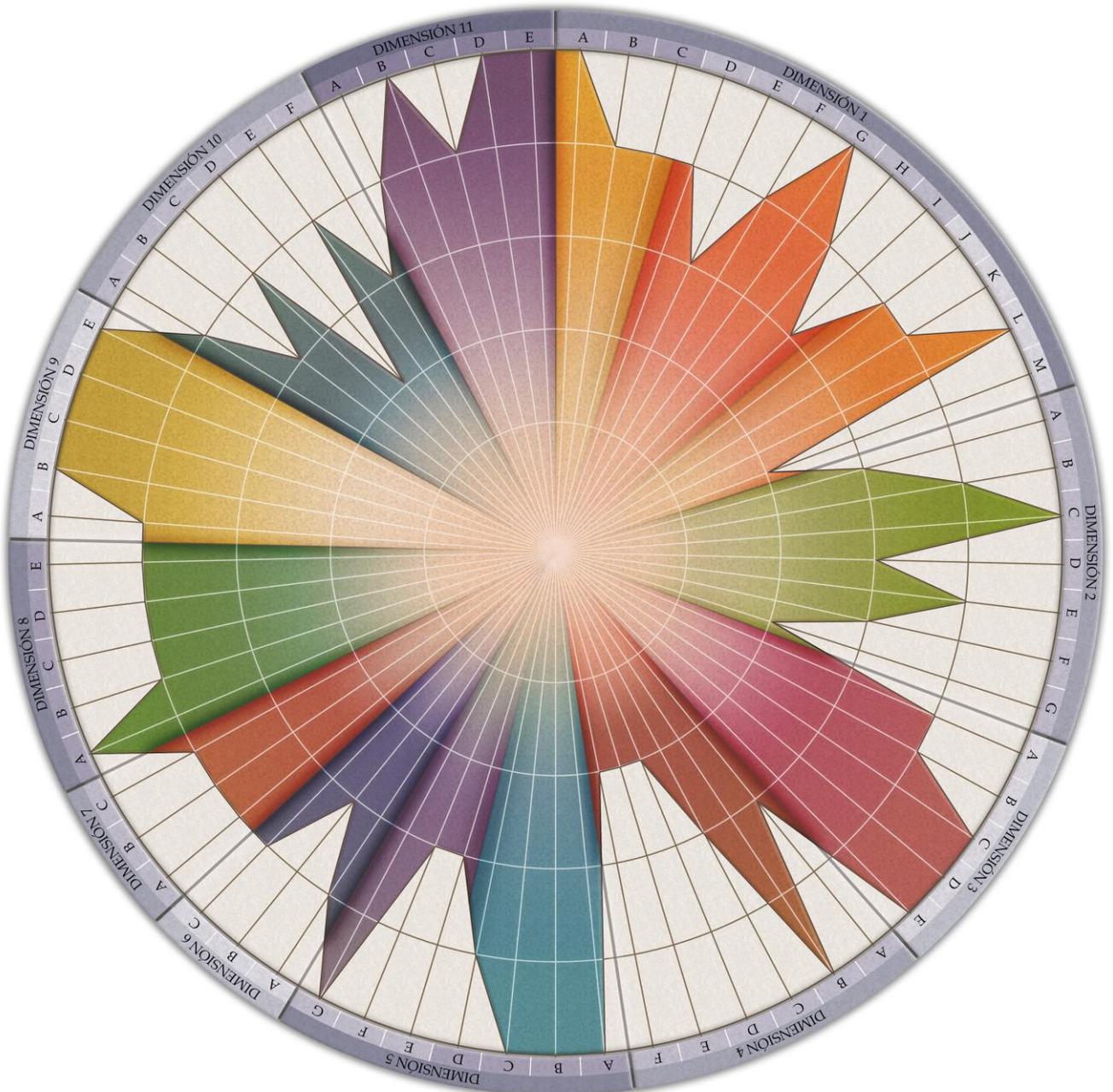
En el caso del archivo histórico de RTA, desde la página web de la emisora se difunden algunos convenios, básicamente de cooperación para digitalizar material históricamente producido por la emisora y material histórico general (Archivo General de la Nación: 1200 latas de filmico y 1000 cintas de video denominadas “Fondo Canal 7”; Biblioteca Nacional: 300 latas de filmico de los años 40 a 70; Biblioteca Ameghino-IIGG UBA: 200 latas de filmico de la serie ‘Sucesos Argentinos’; Universidad de Tucumán: 500 latas de filmico, de la TV-canal10 y del Instituto Cinematográfico de la UNT). Se verifica además la existencia de convenios de difusión del material que promueven el acceso sin geo restricción, lo que da cuenta de la concepción de servicio público por parte de la emisora. El relevamiento arroja en esta variable una óptima valoración.

Capítulo 12

Resultado global

A partir del análisis detallado de cada dimensión, explicitado en los capítulos precedentes, es viable esbozar el resultado global de la “Implementación del sistema de indicadores de la calidad de emisoras públicas para la evaluación de la Televisión Pública Argentina”. El gráfico siguiente ilustra los 65 indicadores de manera conjunta, y debajo del mismo se colocan las referencias para el lector.

Gráfico 12. Resultados globales de la implementación del sistema de indicadores de la calidad de emisoras públicas para la evaluación de la Televisión Pública Argentina



1) Dimensión de transparencia y participación ciudadana

Subdimensión de concepto de emisora pública:

- A. Explicitación de misión, visión y valores como guía de acción. NIVEL MUY ALTO (5)
- B. Directrices de programación para diferentes horas y públicos. NIVEL ALTO (4).
- C. Misión específica y distintiva de cada programa. NIVEL ALTO (4).

Subdimensión de transparencia en la administración de recursos económicos

- D. Realización y acceso público de balances. NIVEL ALTO (4).
- E. Planificación presupuestaria documentada y de acceso público. NIVEL MEDIO (3).
- F. Auditoría externa e interna de los balances. NIVEL ALTO (4).
- G. Documentación y acceso público de procedimientos formales para la contratación de proveedores. NIVEL MUY ALTO (5).
- H. Documentación y acceso público de procedimientos formales para la contratación de artística. NIVEL ALTO (4).
- I. Acceso público de salarios de personal ejecutivo y niveles gerenciales. NIVEL MEDIO (3).

Subdimensión de participación ciudadana

- J. Mecanismos y políticas de estimulación de la participación ciudadana. NIVEL ALTO (4).
- K. Mecanismos de absorción y divulgación interna de sugerencias y críticas de ciudadanía. NIVEL ALTO (4).
- L. Presencia en medios online como promoción de participación ciudadana. NIVEL MUY ALTO (5).
- M. Existencia y funcionamiento de órganos de participación ciudadana. NIVEL BAJO (2).

2) Dimensión de diversidad cultural

- A. Normas guías de buenas prácticas para el respeto de la diversidad cultural. NIVEL MEDIO (3).
- B. B. Diversidad de públicos por edad en grilla de programación. NIVEL ALTO (4).
- C. Diversidad poblacional y cultural de regiones del país en la programación. NIVEL MUY ALTO (5).
- D. Diversidad de identidades de género y orientación sexual reflejadas en la programación. NIVEL MEDIO (3).
- E. Programación con contenidos que promueven la inclusión de personas con discapacidad y favorecimiento de su acceso al consumo. NIVEL ALTO (4).
- F. Consumos culturales y formación de niños y adolescentes en la programación. NIVEL MEDIO (3).
- G. Diversidad de opiniones en temas de interés público. NIVEL BAJO (2).

3) Dimensión de cobertura geográfica y plataformas

- A. Emisión sintonizable en todo el territorio nacional. NIVEL ALTO (4).
- B. Suscripción de convenios con otras emisoras públicas nacionales e internacionales. NIVEL ALTO (4).

- C. Transmisión de programación por sistema de señales digitales gratuito y de amplio acceso. NIVEL MUY ALTO (5).
- D. Emisiones transmitidas por portales abiertos de internet. NIVEL MUY ALTO (5).
- E. Política de implementación de nuevas tecnologías. NIVEL MUY ALTO (5).

4) Dimensión de concepción pública y democrática de la actividad periodística

- A. Concepción federal de información en agenda de noticias. NIVEL MEDIO (3).
- B. Grilla definida y regular de noticieros en programación. NIVEL MUY ALTO (5).
- C. Protocolos y criterios guía de ética profesional. NIVEL MEDIO (3).
- D. Diversos puntos de vista en noticias políticas. NIVEL BAJO (2).
- E. Datos objetivos, contextualización y uso de fuentes en el tratamiento periodístico. NIVEL MEDIO (3).
- F. Visibilidad de sectores vulnerables en agenda y cobertura de noticias. NIVEL MEDIO (3).

5) Dimensión de independencia

Subdimensión de premisas formales de la independencia

- A. Consejo directivo u órgano análogo con funcionamiento independiente. NIVEL MUY ALTO (5).
- B. Consejo u órgano similar con un estatuto propio. NIVEL MUY ALTO (5).
- C. Elección de ejecutivos de mayor jerarquía de la emisora por parte del Consejo Directivo. NIVEL MUY ALTO (5).
- D. Rendición de cuentas del ejecutivo de mayor jerarquía ante el Consejo Directivo u órgano similar. NIVEL ALTO (4).

Subdimensión de aspectos institucionales de independencia

- E. Autonomía profesional del periodismo. NIVEL MEDIO (3)
- F. Independencia institucional de la emisora respecto del gobierno en decisión de contenidos. NIVEL MEDIO (3).
- G. Instancia estatal no gubernamental de evaluación de contenidos. NIVEL MUY ALTO (5).

6) Dimensión de fuentes de financiamiento

- A. Mecanismos de financiamiento explicitados en normativa vigente. NIVEL ALTO (4).
- B. Protección de manejo de fondos ante presión gubernamental. NIVEL MEDIO (3).
- C. Diseño de programación autónoma respecto de captación de recursos. NIVEL ALTO (4).

7) Dimensión de seguimiento de audiencias

- A. Desarrollo de políticas dirigidas al conocimiento y seguimiento de las audiencias. NIVEL ALTO (4).
- B. Presupuesto para actividades de conocimiento de audiencias. NIVEL ALTO (4).
- C. Recepción de comentarios en relación a satisfacción de la audiencia. NIVEL ALTO (4).

8) Dimensión de experimentación e innovación del lenguaje

- A. Política de experimentación y promoción de lenguajes. NIVEL MUY ALTO (5).
- B. Uso de recursos transmedia. NIVEL ALTO (4).
- C. Política de producción de programas con plataformas de publicación multimedia. NIVEL ALTO (4).
- D. Reconocimiento mediante premios nacionales e internacionales. NIVEL ALTO (4).
- E. No reproducción sistemática de patrones orientados por la lógica comercial. NIVEL ALTO (4)

9) Dimensión de estándares técnicos

- A. Estructura edilicia. NIVEL ALTO (4).
- B. Calidad de equipos de captación y edición de imagen. NIVEL MUY ALTO (5).
- C. Calidad de equipos de captación y edición de audio. NIVEL MUY ALTO (5).
- D. Calidad de equipos de emisión de audio e imagen. NIVEL MUY ALTO (5).
- E. Calidad de equipos de exteriores. NIVEL MUY ALTO (5).

10) Dimensión de cultura organizacional y políticas de Recursos Humanos

- A. Políticas de capacitación de personal. NIVEL ALTO (4).
- B. Concursos públicos para ingreso y promoción de personal. NIVEL MEDIO (3).
- C. Contratación de personal acorde a legislación vigente. NIVEL ALTO (4)
- D. Evaluación técnica del desempeño profesional. NIVEL BAJO (2).
- E. Política de planificación y comunicación de horarios. NIVEL ALTO (4).
- F. Estructura edilicia en condiciones adecuadas de trabajo. NIVEL MEDIO (3).

11) Dimensión de protección del patrimonio audiovisual

- A. Condiciones edilicias de conservación del material audiovisual. NIVEL ALTO (4).
- B. Política de restauración y recuperación de material audiovisual de archivo. NIVEL MUY ALTO (5).
- C. Equipamiento y personal calificado para la conservación del patrimonio audiovisual. NIVEL ALTO (4).
- D. Procedimientos para catalogación e indexación del material conservado. NIVEL MUY ALTO (5).
- E. Política de difusión del archivo y su material. NIVEL MUY ALTO (5).

Bibliografía

- ARROYO, L., BECERRA, M., GARCIA CASTILLEJO A., SANTAMARÍA, O. (2012). "Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina", Madrid: Editorial Tecnos.
- ASOCIACIÓN POR LOS DERECHOS CIVILES (2008). "Una radiodifusión pública para la democracia. Propuestas para mejorar el funcionamiento de los medios públicos nacionales".
- BALADRÓN, M. (2005). "La radiodifusión argentina después de la crisis de 2001. La política de comunicación del gobierno de transición de Eduardo Duhalde" (2ªed) en Mucho ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (G Mastrini ed.). Buenos Aires: La Crujía.
- BARANCHUK, M. y RODRIGUEZ USÉ (coord.) (2011). "Ley 26.522: hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual. Buenos Aires", Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
- BARBERO, J. (2001). "Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención" en Televisión pública: del consumidor al ciudadano, Bogotá: Fes/Promefes.
- BECCERRA, M, WAIBORD, S. (2015). "Principios y "buenas prácticas" para los medios públicos en América Latina". Cuadernos de Discusión de Comunicación e información 3, UNESCO.
- BLUMER, J. (1993). "Televisión e interés público", Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- BOULLIER, D. (2012). "La materialidad del espacio público: los dispositivos de la Netpolítica" en Mercier, A. La comunicación política. Buenos Aires, La Crujía.
- BUCCI, E, CHIARETTI, M, y FIORINI, A. M. (2012). "Indicadores de calidad de las emisoras públicas: evaluación contemporánea. Serie Debates CI: comunicación e información. N° 10", Brasilia, UNESCO. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002166/216616por.pdf>
- BULLA, G. (2005). "Televisión argentina en los 60: la consolidación de un negocio de largo alcance" en Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina 1920-2004, Mastrini, G. (ed). Buenos Aires: La Crujía.

- BUSTAMANTE, E. (2010). "La televisión. Financiación, estrategias y mercados" (2ª ed.), Barcelona: Gedisa.
- CANET CENTELLES, F (2011). "Hibridaciones en el cine contemporáneo" en Boart Gual, I, et al. (eds) Actas del IV Congreso Internacional sobre Análisis fílmico. Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea, Madrid.
- CEA D ANCONA M. de los A. (1998). "Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social (1ªed), Madrid: Síntesis.
- CONTRERAS, R; HIJONOSA RAMÓS, M y MARMOL CONDE, A. (2004). "Construcción de índices ponderados multicriterio con información ordinal" en Estadística española Vol 46, Núm.. 155, pags 95 a117.
- FISS, O. (1997). "Libertad de expresión y estructura social", México DF: Fontamara.
- FISS, O. (1999) "La ironía de la libertad de expresión", Barcelona: Gedisa.
- GANS, H. (1980). Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nyghtly News, Newsweek and Time. New York: Random House.
- GARCIA CANCLINI, N. (1995) "Consumidores y ciudadanos". México DF: Grijalbo.
- GARCIA FERNANDO, M (1998). "Socioestadística. Introducción a la estadística en sociología", Madrid: Alianza.
- GARCIA LEIVA, M. (2005). "Fin del milenio. Concentración, continuidad y control. Una mirada sobre las políticas de radiodifusión del gobierno de Fernando De la Rúa" en Mucho Ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en Argentina. (G. Mastrini ed), Buenos Aires: La crujía.
- GOLDING, P. y ELLIOT, P. (1979). Making the News. London: Longman.
- GORDILLO ÁLVAREZ, I. (2011). "Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment" en revista comunicación, N°9, Vol 1.
- GRAZIANO, M (1974). "Los dueños de la televisión argentina" en Comunicación y Cultura, 3, Buenos Aires, Galerna.
- GRAZIANO, M. (1986). "Política o ley: debate sobre el debate". (Documento de cátedra), Buenos Aires: UBA.

- HERNANDEZ, P, POSTOLSKI, G. (2003). "¿Ser digital? El dilema de la Televisión Digital Terrestre en América Latina", N° 57, Revista Telos.
- HERNANDEZ SAMPIERI, R. (2010). "Metodología de la investigación" (5ª ed), Mexico DF: McGraw Hill.
- HERRERA DAMAS, S. (2005). "Tipología de los observatorios de medios en Latinoamérica". Colombia: Universidad de La Sabana. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64901308>
- HOFMAN, H. (2000). "Metadata and the Management of Current Records in Digital Form". ICA/CER.
- JARAMILLO LÓPEZ, J. C. (2004). "Modelo de Comunicación Pública organizacional e informativa para entidades del Estado", Bogotá, MCPOI, USAID/Casals & Associates Inc.
- KRIPPENDORFF, Klaus. (1990). "Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica". Barcelona: Paidós.
- LANDI, O. (1992). "Devórame otra vez", Buenos Aires: Planeta.
- LAZARFELD, P (1973). "De los conceptos a los índices empíricos" en Raymond Boudon y Paul Lazarfeld. Metodología de las ciencias sociales. Barcelona, Ed Laila.
- LEMARCHAND, G. (2010). "Glosario de términos sobre ciencia, tecnología e innovación productiva utilizados en América Latina y el Caribe". Oficina regional de Ciencia para América Latina y el Caribe de la UNESCO.
- LÓPEZ, Manuel. (1995). "Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación". Barcelona: Paidós.
- MARRADI, A., ARCHENTI, N. y PIOVANI, J., (2007). "Metodología de las ciencias sociales". Buenos Aires: Emecé editores.
- MASTRINI, G.; BECERRA, M.; BIZBERGE, A. y KRAKOWIAK, F. (2012). "El Estado como protagonista del desarrollo de la TDT en Argentina" en Cuadernos de la Información, 31. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- MASTRINI, G. (2013). "Medios públicos y derecho a la comunicación" en: Las políticas de comunicación en el siglo XXI: nuevo y viejos desafíos. Mastrini G., Bizberge A. y De Charras D. (eds.) Buenos Aires: La Crujía.

- MATA, M. C. (octubre 2012). Panel de Apertura del X Encuentro Nacional de Estudiantes de Comunicación. *ENEC-ELAC*. Córdoba.
- MATA, M. C. (2002). "Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación" en *Diálogos de la comunicación* Nro. 54, Felafacs, Lima.
- MAXWEL, J. (1996). "Un modelo para el diseño de investigación cualitativo". In *Qualitative research desing. An interactive approach* (1ª ed, pp 1-9). Sage publications.
- MCCOMBS, M. (2006). "Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento". Barcelona: Paidós.
- MESA LEON et. al. (2007). "Manual de indización de archivos". La Habana, Archivo Nacional de la República de Cuba.
- MENDOZA, G., MACOUN, P., PRABHU, R., SUKADRI, D., PURNOMO, H. y HASTANTO, H. (1999). "Guidelines for applying Multi-criteria analysis to the Assessment of Criteria and indicators". Bogor, ID, CIFOR. Criteria and indicators Toolbox series, 9. 85 p.
- MENDEL, T. *Applying UNESCO's Media Development Indicators. A Practical Guidebook to Assist Researchers*, Centre for Law and Democracy, UNESCO, International Programme for the Development of Communication (IPDC).
(http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/guidelines_mdi_final.pdf)
- MINDEZ, L. (2001). "Canal Siete. Medio siglo perdido. La historia del Estado argentino y su estación de televisión". Buenos Aires: La Crujía.
- MUNDA, G. (1993). "Multiple criteria Decision Aid: Some Epistemological Considerations". *Journal of Multicriteria Decision Analisis*, Vol 2.
- NOBRE-CORREIRA, J.M. (2011). "Libertad de expresión en Europa, Garantías para la independencia de los medios", *Infoamérica, Iberoamerican Communication Review*, 6. Recuperado de <http://www.infoamerica.org/icr/n06/nobre.pdf>
- O` DONNELL G.(2001). "Accountability Horizontal: la institucionalización legal de la desconfianza política". *POSTData, Revista de Reflexión y análisis político*, 7.
- PASCUALI, A. (1991). "¿Qué es una radiodifusión de servicio público?" en *El Orden Reina*. Caracas: Monte Avila Ed.

- PELLEGRINI, S. (1999). "La medición de la calidad de la prensa en Chile", en Cuadernos de Información, No. 13, Santiago de Chile, Facultad de Comunicación.
- POSTOLSKI, G. y MARINO, S. (2005). "Relaciones Peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios" en Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina 1920-2004, Mastrini, G.(eds.). Buenos Aires: La Crujía.
- POSTOLSKI, G. (2010). "Nacimiento y organización de la radio en el siglo XX". (Documento de cátedra). Buenos Aires: UBA.
- PUENTE, S. (1999). Televisión: "La noticia se cuenta". México DF: Alfaomega.
- RAGIN, C. (2007). "La construcción de la investigación social. Introducción a los métodos y su diversidad". Bogotá, Siglo del hombre editores/Universidad de los Andes/ Sage Publications.
- REESE, S., GANDY, O. y GRANT, A. (2001). "Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World". New Jersey: Lawrence E Associates.
- REY, G. (2003). "Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina". Buenos Aires, FES/Promefes. Recuperado de: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/04198.pdf>
- RICHERI, G. y LASAGNI, M.C. (2006). "Televisión y calidad. El debate internacional", Buenos Aires: La Crujía.
- RINCÓN, O. (comp.) (2005). "Televisión pública: del consumidor al ciudadano". Buenos Aires: La Crujía.
- RINCÓN, O. (2005). "Los medios públicos: de la retórica ilustrada al activismo y experimento estético". FES. en Conferencia Internacional "Los medios públicos de cara a la democracia". México D.F. Recuperado de: http://www.fesmedialatinamerica.org/uploads/media/Los_medios_publicos__de_la_ret%C3%B3rica_ilustrada_al_activismo_y_experimento_est%C3%A9tico.pdf
- RINCÓN, O. (2008). "No más audiencias, todos devenimos productores". Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación, 30.
- ROSSI, D (2005). "La radiodifusión entre 1990-1995: Exacerbación del modelo privado.comercial" en Mucho ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en Argentina (G Mastrini ed.). Buenos Aires: La crujía.

SAMAJA, J. (2004). "Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica". Buenos Aires, Eudeba.

SANZ DE LA TAJADA, L. A. (1996). "Auditoría de la imagen de la empresa", Madrid: Síntesis.

SOLARINO, C. y SÁNCHEZ-BARROSO, E. (2000). "Cómo hacer televisión", Madrid: Cátedra.

STEIMBERG, O. (1998). "Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares". Buenos Aires: Atuel.

TERAMO, M. T. y VERNINO, T. (2003). "Medición de la subjetividad en la prensa escrita", en Comunicación y Sociedad. Pamplona, Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra: EUNSA.

TERAMO, M. T. y DE LA TORRE, L. (2005). "Medición de la calidad periodística: la información y su público", en DOXA Comunicación. Madrid: Universidad San Pablo CEU, pp. 173-185.

TREMBLAY, G (1988) "La noción de servicio público". Revista Telos, 14. Madrid: Fundesco.

UNDP (2006), A Guide to Measuring the Impact of Right to Information Programmes: Practical Guidance Note

([www.undp.org/oslocentre/docs06/A%20Guide%20to%20Measuring%20the%20Impact%20of%20Right%20to%20Information%20Programmes%20-%20final%20\(11%2004%2006\).pdf](http://www.undp.org/oslocentre/docs06/A%20Guide%20to%20Measuring%20the%20Impact%20of%20Right%20to%20Information%20Programmes%20-%20final%20(11%2004%2006).pdf))

UNDP (2006), Communication for Empowerment: developing media strategies in support of vulnerable groups, United Nations Development Programme, Bureau for Development Policy, Democratic Governance Group

(<http://www.undp.org/oslocentre/docs06/Communicationforempowermentfinal.pdf>)

Information%20Programmes%20-%20final%20(11%2004%2006).pdf).

UNESCO (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. París, UNESCO. Recuperado de <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

UNESCO (1980). Recomendación sobre la Salvaguardia y la Conservación de las Imágenes en Movimiento. UNESCO.

UNESCO (2003). Definiciones. En Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. UNESCO.

UNESCO (2005). Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. París, UNESCO. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf>

UNESCO (2005) Public Service Broadcasting. A Best Practices Source Book (http://portal.unesco.org/ci/en/ev.phpURL_ID=20394&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)<p>

UNESCO (2007). Estrategia a Plazo Medio para 2008–2013. París, UNESCO. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001499/149999s.pdf>

UNESCO. (2008). Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social. Brasilia UNESCO. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102por.pdf>

UNESCO (2012). Gender-Sensitive Indicators for media. Framework of Indicators to Gauge Gender Sensitive in Media Operations and content.

(<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002178/217831e.pdf>)

[al.unesco.org/ci/en/ev.phpURL_ID=20394&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/en/ev.phpURL_ID=20394&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html))<p>

VASILACHIS, I. (2006). “Estrategias de investigación cualitativa”. Barcelona: Gedisa.

ZUKERNIK, E (2008). “Observador de medios de comunicacion en América Latina: prensa, ciudadanía y democracia en Brasil, Colombia, Ecuador, Peru y Venezuela” (1ªed.), Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftug.

Documentación

Acta de Directorio de AFSCA N° 67.

Actas de Directorio RTA. “Memoria 2011”. Libro II, sesión Núm. 37, p.17.

Actas de Directorio de RTA. “Presentación de Programación 2015”. Libro II, Sesión Núm. 57, p.92

Actas de Directorio de RTA. Libro I. Informes de Ejercicio 2011 Sesión 37, p.21; 2012 y 2013, Sesión Núm. 58.

Actas de Directorio de RTA (cfr. libro II, Informes de Ejercicio 2011 Sesión 37, p.21; Informes de Ejercicio 2012 y 2013 (Sesión Núm. 58).

Actas Directorio RTA. "Balance 2011". Sesión Núm. 37;; Sesión Núm. 50, p.63: Balance 2012, Sesión Núm. 55, p.85: Presentación Balance 2013; Sesión Núm. 58: aprobación Balance 2013. Sesiones Núm.. 32, 51, 54, 59, 60, registradas en el Libro II.

Actuación N° 7/2012 de la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual para impulsar la conformación del Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos.

Actuación N° 156/2013 de la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual por reclamos referidos al incumplimiento de la grilla horaria.

Expediente N° 2910/13 AFSCA por incumplimiento de la grilla horaria sin aviso previo de 48hs.

Decreto 170/55. Anulación de la licitación de radiodifusoras. Buenos Aires. Boletín oficial. 1 de octubre de 1955.

Decreto 1656/92. Modificación del artículo 38 de la Ley 22285 de Radiodifusión. Buenos Aires. Boletín oficial. 10 de septiembre de 1992.

Decreto 1022/95. Sustitución de la frecuencia de canal 7. Buenos Aires. Boletín oficial.

Decreto 152/99. Observación de la ley de creación de Radio y televisión argentina. Buenos Aires. Boletín oficial. 28 de diciembre de 1999.

Decreto 94/01. Creación del Sistema Nacional de Medios públicos SE. Buenos Aires. Boletín oficial. 20 de enero de 2001.

Decreto 354/02. Intervención del Sistema Nacional de Medios públicos. Buenos Aires. Boletín oficial. 22 de febrero de 2002.

Decreto 2368/02. Modificación del artículo 33 de la ley 22285 de Radiodifusión. Buenos Aires. Boletín oficial. 22 de noviembre de 2002.

Decreto 2507/02. Creación de Télam SE. Buenos Aires. Boletín oficial. 6 de diciembre de 2002.

Decreto 1172/03. Aprobación y reglamentos generales de audiencias públicas para el PEN (Acceso a la información pública). Buenos Aires, Boletín Oficial, 4 de diciembre de 2003.

Decreto 533/05. Encomienda al Ministerio de Educación de la producción de programas educativos. Buenos Aires. Boletín oficial. 27 de mayo de 2005.

Decreto 1476/07. Cese de la intervención del Sistema Nacional de Medios públicos. Nombramiento de presidente y vice del directorio. Buenos Aires. Boletín oficial. 22 de octubre de 2007.

Decreto 1148/09. Creación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre. Buenos Aires, Boletín Oficial, 1 de septiembre de 2009.

Decreto 1526/09. Establecimiento del funcionamiento de RTA SE. Buenos Aires. Boletín oficial. 22 de octubre de 2009.

Decreto 1973/09. Designación del Directorio y Directores de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado. Buenos Aires, Boletín Oficial, 14 de diciembre de 2009.

Decreto 65/10. Designación de directora de RTA SE. Buenos Aires. Boletín oficial. 15 de enero de 2010.

Decreto 364/10. Declaración de interés público de la plataforma nacional de televisión digital. Buenos Aires. Boletín oficial. 17 de marzo de 2010.

Decreto 885/10. Aceptación de renuncia a cargo de Radio y Televisión Argentina SE. Presentada por el Eduardo Fernández. Buenos Aires. Boletín oficial. 22 de junio de 2010.

Decreto 922/10. Designación como director de Radio y Televisión Argentina de Alberto Cantero Gutiérrez. Buenos Aires. Boletín oficial. 30 de junio de 2010.

Decreto 1010/10. Otorgamiento a RTA SE del permiso para la operación del Sistema Experimental de Televisión Digital Abierta. Buenos Aires. Boletín Oficial. 20 de julio de 2010.

Decreto 1225/10. Reglamentación de la Ley 26.522. Buenos Aires. Boletín oficial. 31 de agosto de 2010.

Decreto 835/11. Autorización a ARSAT para prestar servicios de multiplex y televisión digital terrestre. Buenos Aires. Boletín oficial. 23 de junio de 2011.

Decreto 1269/11. Aprobación del estatuto social de RTA SE. Buenos Aires. Boletín oficial. 31 de agosto de 2011.

Decreto 1006/12. Inscripción de hijos de matrimonios de personas del mismo sexo. Buenos Aires. Boletín oficial. 3 de julio de 2012.

Decreto 1007/12. Rectificación registral del sexo y cambio de nombre de pila e imagen. Buenos Aires. Boletín oficial. 3 de julio de 2012.

Decreto 2073/13. Designación Tristán Bauer como presidente de Radio y Televisión Argentina SE. Buenos Aires. Boletín oficial. 9 de diciembre de 2013.

Decreto 2074/13. Designación de Directores de RTA SE. Buenos Aires. Boletín oficial. 9 de diciembre de 2013. 9 de diciembre de 2013.

Decreto 2075/13. Designación de Directores de RTA SE. Buenos Aires. Boletín oficial. 9 de diciembre de 2013. 9 de diciembre de 2013.

Decreto 51/15. Designación de miembros del Consejo Consultivo Honorario de los medios públicos. Buenos Aires. Boletín oficial. 21 de enero de 2015.
Decreto-ley 15.460/57. Regulación de los servicios de radiodifusión y televisión. Boletín oficial. Buenos Aires.

Expedientes 511/14 y 3249/14 relativos al artículo 68 de la LSCA.
Expediente N° 671/AFSCA/15.

Guía para el tratamiento mediático responsable de la Salud Mental. Defensoría del público.

Guías de Tratamiento de diversas temáticas surgidas de la preocupación de las audiencias, entre otras sobre Policiales, Salud Mental y Suicidios, Identidad de Género y Diversidad Sexual, Violencia contra las Mujeres y Desastres y Catástrofes.

Informe sobre el tratamiento informativo del caso Priscila Lafuente Leguiza (2014, AFSCA).

Informe sobre el tratamiento informativo acerca del fallo judicial, en relación al abuso sexual a un niño (2015, AFSCA).

Informe sobre la cobertura televisiva del caso Ángeles Rawson. Defensoría del público.

Informe sobre implicancias del derecho a la privacidad e intimidad familiar de niñas, niños y adolescentes en programas de noticias, entretenimiento y ficción (2015, AFSCA)

Informes de gestión 2014 y 2015 presentados ante la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual.

Ley 14.241. Ley de radiodifusión. Boletín oficial. Buenos Aires. 28 de septiembre de 1953.

Ley 19587. Ley de higiene y seguridad en el trabajo. Boletín oficial. Buenos Aires 28 de abril de 1972.

Ley 22.285 de Radiodifusión. Boletín oficial. Buenos Aires. 15 de septiembre de 1980.

Ley 25561. Ley de emergencia pública y reforma del régimen cambiario. Boletín oficial. Buenos Aires 7 de enero de 2002

Ley 25.750. Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales. Boletín Oficial. Buenos Aires. 18 de junio de 2003.

Ley 26.522. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Boletín Oficial. Buenos Aires. 10 de octubre de 2009.

Ley 26.618. Modificación del Código Civil de la Nación en cuanto al matrimonio civil. Boletín oficial. Buenos Aires. 22 de julio de 2010.

Ley 26.743. Ley de identidad de género. Boletín oficial. Buenos Aires. 24 de mayo de 2012.

Monitoreo de niñez y adolescencia en magazines de TV abierta. (2015 AFSCA).

Monitoreos de Programas Noticiosos de Canales de Aire de la Ciudad de Buenos Aires (2013 y 2014, Defensoría del Público).

Nota N° 1171-20150, Expte. N° 174/2015. Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual.

Proyectos de Investigación Orientados (PIO) en comunicación, derecho a la información y construcción de ciudadanía comunicacional (CONICET-Defensoría, lanzado fines de 2014).

Recomendaciones para una comunicación inclusiva (2015, AFSCA).

Reglamento de contrataciones de RTA. Sociedad del Estado.

Reglamento de compras de RTA.

Resolución 465/2010. Presentación de grillas de programación ante AFSCA.

Recomendaciones para las representaciones de niños, niñas y adolescentes en programas televisivos de entretenimiento (2015), AFSCA.