

TELEVISIÓN DIGITAL ABIERTA

Ceferino Bustamante,
Universidad Nacional de Quilmes
Políticas Públicas y Economía Social y Solidaria
Argentina



Es una Política Pública impulsada desde el Gobierno Nacional Argentino por medio del Ministerio de Plan Federal Inversiones Públicas y Servicios

Los medios de comunicación son una herramienta fundamental para informar, entretener y formar opinión.

El Gobierno Nacional entiende que el acceso gratuito a las tecnologías de la información es un Derecho Universal y toma como herramienta la Televisión Digital Abierta (TDA)

Esta Política Pública apunta a recuperar el derecho a la comunicación.

La nueva Ley de Servicios de comunicación Audiovisual –Ley N° 26522- es fundamental para motorizar esta política comunicacional.

Estamos ante un escenario muy beneficioso para la ESS. La USINA de MEDIOS, las cooperativas (especialmente) tienen mayor participación constituyendo federaciones de comunicación, tal es el caso de FACTTIC. En materia de producción audiovisual se promueve la participación de nuevos actores sociales, se fortalece a productores nacionales, se promueven capacitaciones, herramientas técnicas y tecnológicas, concursos, etc.

SATVD-T, UNSAM, INCAA TV y el CIN son algunas de las instituciones que también interactúan a partir de la TDA.

Fuentes: Economía Solidaria, hacia un Nuevo Mapa de comunicación- Textos, Contextos, experiencias y propuestas del Cooperativismo y Mutualismo (autores varios), Usina de Medios-Comunicación Solidaria- (Cooperar- Inaes), TDA (página web)



El trabajo que presento aquí trata sencillamente de compartir en este espacio, una Política Pública lanzada desde el gobierno de la actual presidenta Cristina Fernandez de Kirchner, porque entiendo que es una buena medida, que hay mucha inversión de recursos humanos, técnicos y económicos, que en definitiva son nuestros recursos que están siendo administrados por este gobierno y creo que es muy conveniente para el sector de la Economía Social y Solidaria. Creo que es importante apoyar las medidas que favorecen al sector, desde mi lugar de trabajador de la ESS y estudiante de la carrera de Técnico en Economía Social y Solidaria (TUSS) que curso en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQUI), solo trato de Aportar mi granito de arena. Esperando pueda ser (aunque pequeño) un aporte para la construcción de este hermoso país, va mi trabajo.

La TDA, una herramienta para poner en práctica el sentido de Una Economía Social y Solidaria y la importancia para visibilizar la producción de contenidos del sector.

Potencialidades, Inconvenientes y Desafíos de esta Política Pública

Resumen histórico de la televisión en la Argentina

La televisión argentina es uno de los principales medios de comunicación del país. En las distintas cadenas y canales se encuentran exponentes de la mayor parte de los géneros y formatos televisivos. Hay una amplia oferta de programas de televisión producidos en forma local, así como producciones locales sobre formatos adquiridos en el exterior y en algunos casos reposiciones de programas extranjeros.

Existen diferentes canales de televisión con sede en diferentes ciudades argentinas y con diferentes grados de alcance. La TV Pública, desde la ciudad de Buenos Aires, es el canal que tiene mayor cobertura nacional.

Argentina es el cuarto país a nivel mundial en materia de exportación de formatos televisivos, solo superada por Estados Unidos, Holanda y Reino Unido.

Los comienzos

El decreto 12.909 del 12 de junio de 1945, autorizó a otorgar una licencia a Martín Tow para el funcionamiento de una estación experimental de televisión.

La primera transmisión en la Argentina, se realizó el miércoles 17 de octubre de 1951, dando origen al por entonces privado Canal 7, con licencia *LR3-TV*, propiedad del pionero en radio y televisión, Jaime Yankelevich, a través de una transmisión en vivo del acto político donde se conmemoró el Día de la Lealtad peronista. Tras el golpe de estado que derrocó a Juan Domingo Perón en 1955, esta emisora pasó definitivamente a manos del Estado Nacional.

El lunes 18 de abril de 1960, nace en Córdoba el segundo canal del país, primero en el interior de Argentina, y el primero de carácter privado

El jueves 9 de junio de 1960, nació LS 83 TV Canal 9, mientras que en octubre de ese mismo año, LS 85 TV Canal 13 Río de la Plata TV. El sábado 22 de julio de 1961, comenzó a transmitir LS 84 TV Canal 11 DICÓN -hoy Telefe-. El sábado 25 de junio de 1966, en la ciudad de La Plata, comenzó a transmitir LS 86 TV Canal 2 -hoy América TV-.

En Canal 13 se creó un estilo de programación familiar plena de shows musicales, sit-coms de media hora y ciclos de sketches cómicos. Asimismo, se creó la función del director-productor y ya era el canal el que producía los programas, saliendo a vender a través de su gerencia comercial, los segundos publicitarios. El canal era una televisora, una productora de contenidos, y los anunciantes aportaban su apoyo o auspicio, pero no necesariamente compraban los espacios de programación.

Mientras tanto, Canal 9 reeditaba algunos éxitos de Canal 7, pero no tuvo tanto éxito y en 1963 pasó a manos de Alejandro Romay, que privilegió la programación de carácter nacional, especialmente en el rubro telenovelas.

Canal 11, que nació por idea del padre Héctor Grandinetti, tuvo una línea más inclinada a programas periodísticos y el estreno de películas y series. A fines de los '60 fue adquirido por el empresario periodístico Héctor Ricardo García pasando a denominarse Teleonce.

Todos los canales privados tuvieron en sus comienzos un "padrino" estadounidense, la CBS (Canal 13), la NBC (Canal 11) y la ABC (Canal 9), proveedores exclusivos de tecnología y contenidos extranjeros, relación que se extinguió con el tiempo.

En 1974, los tres canales privados de Capital Federal: (9, 11 y 13) fueron estatizados por el gobierno de Isabel Perón. Durante la última dictadura militar (1976–1983), estos tres canales fueron entregados a las tres ramas de las Fuerzas Armadas: el 9 fue controlado por el Ejército, el 11 por la Fuerza Aérea y el 13 por la Armada; esto provocó numerosos casos de censura. Canal 7, administrado conjuntamente por las tres armas, pasó a llamarse Argentina Televisora Color (ATC) en 1978.

El 1 de mayo de 1980, luego de varias transmisiones experimentales, quedó inaugurada oficialmente en Argentina la televisión en colores. El sistema de televisión adoptado fue el PAL-N. Debido a esto, todo programa producido en Argentina que se exportara a otro país hispanoamericano, excepto Uruguay y Paraguay, debía convertirse al sistema NTSC (M/N). En 1984, mediante una licitación, Alejandro Romay recuperó la propiedad de Canal 9. Los canales 11 y 13 permanecieron bajo administración del Estado Nacional hasta el viernes 22 de diciembre de 1989, cuando fueron privatizados. La licencia de Canal 11 fue ganada por Artear S.A (Grupo Clarín), pero como ya había obtenido la administración de Canal 13, eligió a este último. Finalmente, Canal 11 quedó en manos de Televisión Federal S.A (Editorial Atlántida). La mayoría de los canales de aire del interior (algunos de los cuales eran accionistas de las licenciatarias) comenzaron a retransmitir en gran parte la programación de los canales 11 -renombrado Telefe- y 13; otros ya retransmitían la de ATC y Canal 9.

El once (telefe) el canal más exitoso del país. Fue líder de audiencia durante 2 décadas (1990-2009), y actualmente sigue primero.

El Trece logró llegar a la cima entre 2010 y 2011. Actualmente se encuentra segundo en cuanto a rating.

Canales de Televisión Abierta

Canal 9, fue líder en audiencia durante 6 años consecutivos (1983-1989). En la actualidad, ocupa el cuarto lugar de audiencia.

Los canales televisivos de aire más importantes están en la ciudad de Buenos Aires, siendo su programación retransmitida por la mayoría de las televisoras del resto del país. Uno pertenece al Estado Nacional: TV Pública; los demás operan en forma privada: América TV (con sede en La Plata), Canal 9, Telefe y El Trece.

Capital Federal y Gran Buenos Aires funcionan también Canal 26 y Canal 31.

Canales del Interior.

En las demás ciudades del país, los canales de Buenos Aires tienen dispar llegada. La TV Pública anuncia que llega a unos 27.000.000 televidentes en todo el país, lo que equivaldría aproximadamente a las tres cuartas partes de la población nacional. La llegada de Canal 7 depende de una serie de estaciones repetidoras locales, distribuidas a lo largo del país, que retransmiten en directo la señal del canal oficial, en muchos casos sin programación ni publicidad locales (excepto donde hay canales afiliados), o bien de la distribución por cable. En cuanto a los canales privados, Telefe y El Trece disponen cada uno de una serie de canales afiliados locales, distribuidos en varias ciudades del país. Aunque algunos de estos

canales nacieron para ser repetidoras, otros fueron fundados anteriormente y no necesariamente retransmitían con exclusividad la programación de un canal. Pero con el proceso de privatización de los canales de Buenos Aires, en 1990, varios canales se convirtieron en repetidoras exclusivas de un canal porteño. En las ciudades sede de canales afiliados, los cableoperadores no pueden colocar en sus respectivas grillas las señales satelitales y en algunos casos, las señales HD (Alta definición). Sólo se puede ver la señal de Aire en TV Satelital.

Pero no todos los canales del interior son repetidoras de un canal capitalino. También existen canales de aire que no retransmiten la señal de ningún canal de Buenos Aires. Un ejemplo son Canal 11 de Paraná (cuya programación es local a excepción de alguna película de origen estadounidense) y Canal 10 de Córdoba.

Televisión por cable

En Argentina, la televisión por cable aparece en los años 60 en el interior del país, donde las transmisiones abiertas no llegaban. Así fue como en 1965 nace el circuito cerrado de televisión de Junín. Más tarde, en los años '80 y '90 surgieron importantes empresas como Cablevisión, Video Cable Comunicación (VCC), Multicanal y Supercanal. En la década de los '90 la penetración de la TV por cable en los hogares argentinos llevó al país a un fenómeno inusitado en América Latina, llegando al 53% de la población. *En la actualidad la penetración del servicio de televisión paga llega al 83% de los hogares argentinos, registrando subas en el encendido con respecto a la tendencia que se observa en los canales de aire. El país es el cuarto a nivel mundial con mayor penetración de TV por cable por hogar, solo superado por Canadá, Estados Unidos y Dinamarca.

Canales de cable

Es amplia la cantidad de canales de televisión por cable que transmiten desde Argentina o son retransmitidos por operadoras de ese país.

Entre los canales de cable nacionales se destacan: Todo Noticias, Canal 26, A24, Crónica TV, C5N, CN23 y 360 TV en el rubro noticias; TyC Sports, Fox Sports y América Sports en deportes; Paka-Paka en infantiles; Volver, Space, I-Sat, Europa Europa e INCAA TV en cine; Utilísima, Canal (á), Infinito, Magazine y Metro en interés general y CM: El canal de la música y Quiero en música.

Proveedores

DirecTV es el mayor proveedor de televisión por satélite en el país, mientras Cablevisión, Supercanal, TeleCentro, y otros proveedores regionales utilizan HFC o cable coaxial para

brindar el servicio de televisión por cable. Normalmente, ambos términos son utilizados indistintamente en Argentina.

Géneros característicos

Televisión auto-referencial

La televisión Argentina de los últimos tres o cuatro años (2008-2010) se caracterizó por estar poblada de este súper-género que es la autorreferencialidad y totalmente vacío de ficciones y otros formatos.

[...] registrar todo lo que sucede en la pantalla chica para luego rescatar lo mejor (o lo peor, según el cristal y el criterio, claro), hilvanarlo en una estructura diferente, someterlo a una nueva (o enésima) pasada para fijar la idea sobre la televisión que tenemos y reír juntos. O llorar. O reflexionar. O, fundamentalmente, no olvidar. De eso, en algún sentido, también se trata el avance del género autorreferencial [...] ^[9]

Los orígenes en la Argentina de este formato se remonta al programa PNP (perdona nuestros pecados) estrenado en 1994 conducido por Raúl Portal y producido por GP media y a partir de ese momento el género no paró de crecer durante la década de los 90´.

Los programas auto-refenciales se caracterizan por tener una estructura similar: el conductor o conductores presentan resúmenes editados de material de archivo del día anterior o la semana anterior y luego, en la mayoría de los casos, alguien, sea un invitado o panelistas fijos, someten al material a análisis y opiniones.

Los ejemplares actuales del formato son muchos, pero menores a los años anteriores, la televisión de 2011 en adelante fue por otros caminos, respaldándose en ficciones y programas sentimentales; sin embargo, en los últimos años los programas de este género copaban la grilla. Podemos citar los actuales TVR (Televisión registrada) y Duro de Domar, y a los ya fuera de aire, Zapping y RSM (resumen de los medios), entre otros programas sin trascendencia.

Canal 9 se llevó el primer puesto en los niveles de audiencia durante 5 años. En 1990 se lo arrebató Telefe, que fue el canal líder durante 20 años, transformándose así en el canal más visto del país en la historia. En 2010, perdió el liderazgo a manos de su archirrival: El Trece que fue líder durante 2 años. En 2012, Telefe recuperó el liderazgo sumando 21 años ganados. El año 2013, y siguiendo la tendencia de bajar los números de la televisión por cable, fue el año con el promedio más bajo de audiencia promedio, solo 8.51.

Bibliografía obtenida de:

«http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Televisi3n_de_Argentina&oldid=72731903

Nace una nueva forma de hacer televisión

La televisión nace como una tecnología que rápidamente se utilizó como un medio de entretenimiento. Con el tiempo se le fue dando otros usos, cualquiera de las formas que fue tomando siempre, los contenidos fueron pensados y realizados por empresarios o de un gobierno de la dictadura. Con la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la TDA se abre una importante posibilidad para que la sociedad toda, por medio de las instituciones (no exclusivamente empresaria) sea también la creadora de los contenidos de la programación en la Televisión Argentina.

TDA Televisión Digital Abierta

Institucional

El Gobierno Nacional entiende que el acceso gratuito a las tecnologías de la información es un Derecho Universal. Es por eso que diseñó diversas políticas públicas para garantizar la integración digital de todos los habitantes de la República Argentina.

La Televisión Digital Abierta (TDA) es una política pública de integración digital que se propone garantizar el acceso universal gratuito a la tevé por aire. Para ello, se viene desarrollando la infraestructura necesaria para dar cobertura a toda la población.

Este servicio gratuito brinda a sus usuarios la mejor y más variada programación. La posibilidad de disfrutar la más alta calidad de imagen y sonido, y el HD está al alcance de todos, sin pagar abonos ni paquetes especiales.

A través del Plan Mi TV Digital se garantiza la igualdad de posibilidades de acceso a esta nueva tecnología a partir de la entrega de decodificadores de manera gratuita a hogares, establecimientos y organizaciones sociales.

En materia de producción audiovisual se promueve la participación de nuevos actores sociales, se fortalece a productores nacionales, se promueven capacitaciones, herramientas técnicas y tecnológicas, concursos, etc.

La TDA es una política de integración y comunicación, con mayor desarrollo tecnológico al alcance de todos los habitantes de nuestro territorio, esencial para el país que queremos construir.

TV Digital

La Televisión Digital Abierta (TDA) política de integración digital impulsada por el Ministerio de Planificación Federal Inversión Pública y Servicios, es una plataforma de TV que utiliza

la más moderna tecnología digital para transmitir en alta calidad de imagen y sonido de manera gratuita, permitiendo además ofrecer adicionalmente otros servicios interactivos.

Para lograr que más del 82% de la población nacional disfrute de este servicio, se instalaron 71 Estaciones Digitales de Transmisión (EDT) en diferentes puntos del país que emiten la señal de la TDA.

Existen dos formas de transmitir la Televisión Digital Abierta: la terrestre y la satelital.

El sistema de Televisión Digital Terrestre (TDT) permite que las antenas digitales envíen la señal digital a los equipos receptores. El dispositivo convierte la señal digital en imágenes y sonidos que pueden ser mostradas en cualquier tipo de pantalla.

La Televisión Digital Satelital (TDS) es un sistema de transmisión y recepción de la señal de TV que se emite desde un satélite de comunicaciones hacia las antenas receptoras. La TDS tiene como objetivo fundamental alcanzar aquellas zonas de todo el territorio nacional que, por sus condiciones geográficas y/o de baja densidad poblacional, se encuentran fuera del área de cobertura de la Televisión Digital Terrestre (TDT).

Hoy estamos atravesando un proceso de transición que implica el paso de la televisión analógica a la Televisión Digital. Este proceso se desarrollará durante varios años hasta que ocurra el “apagón analógico”, el cual implicará que sólo se transmita señal en forma digital. El mencionado “apagón analógico” trae aparejado un profundo cambio cultural y tecnológico, es por eso que con el objetivo de democratizar el acceso a las nuevas tecnologías se impulsa el Plan Operativo de Acceso “Mi TV Digital”, para garantizar la igualdad de posibilidades de acceso a la TDA.

<http://www.tda.gob.ar/tda>

Dicho Plan, ya entregó más de 1.200.000 equipos receptores terrestres de manera gratuita a hogares, establecimientos y organizaciones sociales. Como complemento, también se han instalado más de 1800 antenas de TV Digital Satelital (TDS) en parajes rurales y más de 11.000 en escuelas rurales y de frontera, para que todos los argentinos tengan igualdad de oportunidades en el acceso a la TDA.

Contenidos

En el marco de las políticas integración impulsadas por el Estado Nacional, que cambian el universo de la comunicación, se abre un nuevo capítulo en la historia audiovisual de nuestro país. La aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (ley 26.522) y la implementación del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre, crearon las condiciones para que la emisión de señales en alta definición (HD) llegue a la televisión dentro de un proceso de democratización con nuevas voces, actores fundamentales de un nuevo escenario comunicacional.

Esta política forja una nueva televisión que permite superar, de una vez y para siempre, el alejamiento del público de su propio escenario y construir una nueva democracia cultural y participativa, que incluye a todos los habitantes del país. En este sentido, el Consejo Asesor de Sistema Argentino de TV Digital Terrestre (SATVD-T) desarrolla el Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para TV, teniendo como objetivos la promoción de contenidos para TV, el fortalecimiento de las capacidades productivas de todo el país y la generación de empleo.

Se trata de hacer realidad un derecho fundamental: que todos los sectores sociales de nuestro país puedan comunicar, compartir y recrear sus propias historias. Este es el objetivo trazado por el Consejo Asesor y para ello es necesario redoblar los esfuerzos en fomentar la producción de contenidos federales de alta calidad.

<http://www.tda.gov.ar/tda/141/11635/mi-tv-digital.html>

CANALES QUE ACTUALMENTE SE SINTONIZAN EN LA TDT CON EL SEX BOT EN EL AREA DE COBERTURA



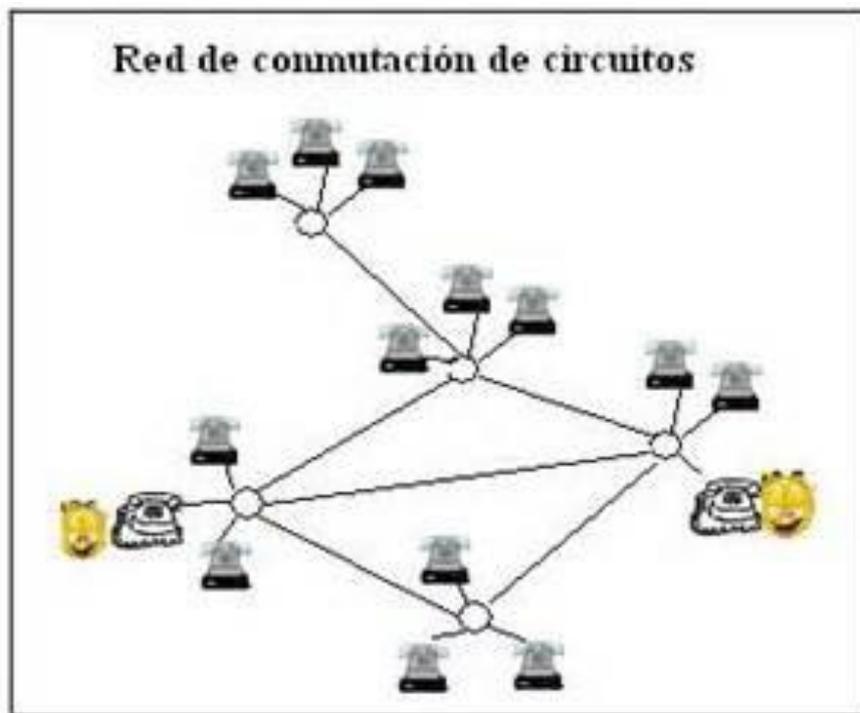
PROXIMAS SEÑALES



subirimagenes.net

Algunos Detalles Técnicos

La TDA con su nueva tecnología funciona en forma de Nodos, esto permite a cada nodo utilizar la programación principal y agregar canales locales con toda la producción local o regional con calidad HD (Alta Definición, del inglés *High Definition*)



Nuevas reglas de juego en materia de medios de comunicación

La ley de Medios y un gobierno Popular

Los medios de comunicación son una herramienta fundamental para informar, entretener y formar opinión. Históricamente los grandes líderes se han valido de esta herramienta para difundir sus proyectos u ocultarlos según la necesidad. El avance de la tecnología favoreció mucho a este propósito, de tal forma que el mercado lo utiliza permanentemente para hacernos creer un tipo de realidad que solo existe en la medida que nos convertimos en objeto de estos medios.

En la Argentina también se huso como difusora de las políticas a desarrollarse en el país. La primera antena y la más importante del país lo instaló el gobierno de Perón para Radio

Nacional, demostrando de esta manera la importancia de esta herramienta para difundir su política o para estar en conexión con el pueblo.

Lo más destacado en el proceso histórico de los medios de comunicación en la Argentina son:

1- La **aprobación y derogación** de la ley 22.285, esta ley en su Artículo 7 dice “Los servicios de radiodifusión deberán difundir la información y prestar la colaboración que les sea requerida, para satisfacer las necesidades de la seguridad nacional. A esos efectos el Poder Ejecutivo Nacional podrá establecer restricciones temporales al uso y a la prestación de todos los servicios previstos por esta Ley”.

La ley estableció, en su artículo 45, que sólo podían ser titulares de licencias personas individuales o sociedades comerciales, exceptuando a las empresas periodísticas (inciso E). No se permitía que las organizaciones sin fines de lucro (religiosas, sindicales, culturales, cooperativas, etcétera) pudieran ser titulares de radios o canales de televisión. Tampoco a las universidades se les permitía tener radios o televisiones, con excepción de las que ya las tuvieran instaladas, las que a su vez tenían severas restricciones en materia de publicidad (artículo 107). Con respecto a las provincias y municipios, la ley solo les permitía tener un servicio de radio y sin publicidad (artículo 107).

El objetivo de la ley era tener un sistema de medios de comunicación comercial, controlados por las Fuerzas Armadas bajo la Doctrina de la Seguridad Nacional. Para ello ordenó la privatización masiva de las señales en un plazo de tres años (artículo 106). El primer gobierno democrático luego de la dictadura intentó modificar esta ley pero no tuvo éxito.

El gobierno de Néstor Kirchner consideró que era importante y necesario modificar la ley de medios existente y reemplazarlo por una que tenga como importante la participación del pueblo en los contenidos de lo que debemos difundir.

Cuando se involucra el estado (con miras a revertir esta situación) comienza una nueva posibilidad de expresión de las clases más postergadas. Este nuevo gobierno desarrolla toda una estrategia de participación de los distintos sectores que estuvieran involucrados o no pero, que vieran necesario cambiar esta realidad.

2- **La nueva Ley de Servicios de comunicación Audiovisual** –Ley N° 26522- Esta ley fue promulgada el 10 de Octubre de 2009 por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner y reemplazó a la Ley de Radiodifusión 22.285, que había sido promulgada en 1980 por la dictadura militar autodenominada Proceso de Reorganización Nacional y se había mantenido vigente hasta entonces. Las empresas y corporaciones que fueron beneficiadas económicamente durante 27 años, bajo el paraguas de la ley ahora derogada pusieron mucha resistencia para someterse a la misma.

Cuando se cambian las reglas de juego es necesario una institución que lo pueda arbitrar, para eso el Gobierno Nacional Creó La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación

Audiovisual (AFSCA) es un organismo estatal argentino que tiene la función de aplicar y controlar el cumplimiento de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que regula el funcionamiento de los medios audiovisuales en la Argentina. En ese sentido, el organismo sucede al Comité Federal de Radiodifusión, (COMFER) que era el encargado de aplicar la anterior Ley de Radiodifusión 22.285.

Un nuevo paradigma

En el proceso por modificar esta ley, los distintos grupos sociales fueron fortaleciendo su organización y fueron conformando y nacieron otras como: la USINA DE MEDIOS, las cooperativas (especialmente) fueron teniendo mayor participación y fueron consolidando su actividad, en algunos casos constituyendo nuevas cooperativas como TRAMA y federaciones de comunicación es el caso de FACTTIC (Federación Argentina de Cooperativas de Trabajo de Tecnología, Innovación y Conocimiento), el Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre (SATVD-T) En este contexto, a partir de la suscripción de convenios entre el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), se llevan adelante concursos de alcance federal para la nueva Televisión Digital Abierta.

Este es el escenario histórico y actual de los medios de comunicación en la Argentina. Si bien los objetivos principales se fueron logrando todavía faltaban otras medidas para que las clases menos pudientes (en términos de poder) pudieran hacer uso de este nuevo elemento.

Así nace la TDA (Televisión Digital Abierta), que por un lado da la posibilidad de que todos puedan acceder a una tipo de señal de máxima calidad en forma gratuita y, por otro lado interactúa con la Usina de Medios, que es un tipo de organización que promueve y apoya a los grupos organizados para la construcción de nuevos contenidos audiovisuales. Dando así el aporte de una mirada más plural con respecto a los contenidos y además involucra a actores muy importantes de la Economía Social y Solidaria que son las cooperativas y las mutuales.

Bacua

Un banco para sentarse y disfrutar de una producción plural

Para democratizar el acceso a los contenidos y poner en diálogo a todo el país, se crea el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA) en pos de contribuir a la preservación de la memoria audiovisual de la nación.

Se trata de una red digitalizada de fácil acceso, conformada por el material que aportan los diferentes actores del ámbito audiovisual local y regional. BACUA se propone abastecer de contenidos audiovisuales de alcance universal, tanto a los nuevos espacios de emisión como a los ya existentes.

Productores independientes, organismos gubernamentales y no gubernamentales, universidades, agrupaciones sociales y señales que cuenten con producciones propias, pueden ceder sus contenidos de manera gratuita al Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino con el fin de ser distribuidos del mismo modo a los canales de televisión de todo el país.

De esta manera, se promueve un diálogo cultural entre las diferentes identidades regionales de la Argentina a través de contenidos audiovisuales. Las comunidades de cada región del país podrán ver, a través de sus televisoras locales, los contenidos producidos en otras regiones y distribuidos por el BACUA.

BACUA es un espacio federal de intercambio audiovisual, cuya razón de ser es buscar, organizar, digitalizar y socializar los contenidos audiovisuales que reflejen la diversidad cultural de nuestro país.

<http://www.bacua.gob.ar/>

Estas son algunas de las producciones a las que hoy podemos acceder entrando a esta dirección y además son producciones que están preparadas para ser vistas por la TDA.

1892 1982 : DOS HISTORIAS DE MALVINAS

Pablo Walker

Hay lugares en el mundo que uno conoce muy bien antes de verlos inclusive por primera vez. Sobre todo cuando se han instalado en nuestra imaginación desde que somos chicos.

"Dos Historias de Malvinas ...

1001 NOCHES PATAGONICAS

Javier López Actis

Al estilo de Las mil y una noches, la historia transcurre en la Argentina durante la crisis del 2001. Un viaje de 800 kilómetros desde Bariloche hasta el corazón de la meseta de Somuncurá. Un caciq ...

2 SEGUNDOS

Rodrigo Castro

Argentina tiene un alto índice de mortalidad por accidentes de tránsito. Por eso nace 2 SEGUNDOS, un programa de TV destinado a generar conciencia, educar y debatir sobre la seguridad vial en nuestr ...

23 PARES

Albertina Carri

La serie recorre el complejo camino de la identidad, situándose en un laboratorio de análisis genéticos dirigido por Elena y Carmen Iturrioz, quienes quedan al cuidado de su hermano Gustavo, un hom ...

ANIMAPAKA

Esteban Gaggino

Cuando Genoveva abre su libro mágico, la pantalla se llena de plumas, picos, trompas, patas, alas, hocicos y muchos, pero muchos sonidos.

ARCO IRIS UN RAYO

Cine Humus

Videoclip de la canción Arcoiris en un ojo del músico Guiye Frayo

BUENA BANDA

Cuatro amigos irán descubriendo como ayudar al planeta, a sus amigos, a sus familiares y a sus mascotas, por las enseñanzas que vaya teniendo cada uno. Y por último harán una canción con el tema.

CHIKUCHIS

Federico Palazzo

Los chikuchis son un grupo muy singular de títeres. Como los chicos, cada uno tiene su personalidad, sus gustos, sus maneras de divertirse, su manera de hablar y de ser. Y aunque son todos distintos, ...

MANOS A LA OLLA

Coordinación: UNAM, ...La gastronomía es una forma de acercarse a la identidad de un pueblo. A través de recetas, sabores y aromas es posible abordar nuestras sociedades con un legado común. El ciclo sigue a un chef en l ...

Parte del plato

Gastón Soso - La cultura gastronómica de un pueblo habla de sus carencias y sus abundancias a lo largo del tiempo, de su historia social y de su forma de enfrentar los cambios. Los habitantes originarios, los conq ...

ROCKCINEROS

Miguel N. Funes, Cris...

Laranya y Ayu Dan Shivo nos enseñan a cocinar recetas fáciles para toda la familia en clima de buena onda y sin presiones. Ellos cocinan al aire libre para estar más en contacto con la naturaleza. ...

SILENCIOSAS E INCANSABLES

Coordinación: Univer...

La vida en las costas patagónicas ha comenzado a modificarse. Una de las razones son las llamadas especies marinas invasoras: especies de otros mares acarreadas accidentalmente por buques cargueros. ...

4 años de políticas en COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

El siguiente es un resumen de algunos de los avances generados en la comunicación audiovisual en Argentina en los últimos cuatro años. Se trata de consecuencias directas e indirectas de la aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada y promulgada el 10 de octubre de 2009.

- ✓ 1132 reservas de frecuencias de radios para municipios.
- ✓ 36 reservas de televisión a estados provinciales.
- ✓ 1007 autorizaciones y licencias a radio AM y FM y televisión abierta y paga.
- ✓ Más de 650 licencias de radio AM y FM al sector privado.
- ✓ Primeras 24 licencias para radios de baja frecuencia en zonas de alta vulnerabilidad social (art. 49).
- ✓ Primeros 20 reconocimientos a canales de televisión de baja potencia.
- ✓ 22 autorizaciones de medios a municipios y gobernaciones.
- ✓ Llamado a concurso para 1052 frecuencias de radio en todo el país (ya entregamos las primeras 49 licencias).
- ✓ 014 años de políticas en COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
- ✓ 200 radios comunitarias con reconocimiento.

- ✓ 25 licencias para radios pertenecientes a la Iglesia Católica.
- ✓ 5 audiencias públicas de la Defensoría con 1420 asistentes y 208 expositores.
- ✓ 175 medios (radio y televisión) ya autorizados a escuelas primarias, institutos educativos y universidades.
- ✓ Fueron autorizados 35 radios y 1 canal de pueblos originarios.
- ✓ Creación de EDUC.AR, con señales como Pakapaka, Encuentro y DeporTV.
- ✓ Licencias para 98 cableoperadoras PyMES y cooperativas que producen
- ✓ 2800 horas diarias de programación.
- ✓ Cientos de capacitaciones AFSCA en todo el país a trabajadores, periodistas y licenciarios de medios de comunicación audiovisual.
- ✓ 024 años de políticas en COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
- ✓ 5900 nuevas horas de contenido audiovisual fomentado por el Estado.
- ✓ 3000 de ellas por el INCAA.
- ✓ 940 producciones nuevas de ficción y documentales.
- ✓ 100.000 nuevos puestos de trabajo en la industria audiovisual.
- ✓ Creación del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino, con 5000 horas disponibles, que son usadas por 40 canales.
- ✓ Subsidios y créditos mediante convenios de AFSCA con el Fondo Nacional de las Artes, Banco Nación y el Ministerio de Industria.
- ✓ Creación de la Televisión Digital Abierta, que ya tiene 31 señales y cubre el 82,5% del territorio.
- ✓ 1500 antenas satelitales en escuelas rurales y de frontera permiten conexión a 141.000 alumnos.
- ✓ 74 estaciones operativas de TDA y 1.200.000 decodificadores repartidos.
- ✓ 034 años de políticas en COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
- ✓ Creación del Plan Argentina Conectada, que ya desarrolló 30.000 km de fibra (la mitad de lo proyectado).
- ✓ Puesta en marcha del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual, FOMECA.
- ✓ Por medio del FOMECA se otorgaron 3 millones de pesos para financiar 23 proyectos de equipamiento e infraestructura.
- ✓ Se acaba de abrir otro concurso para entregar 60 subsidios por un total de 1,5 millón de pesos a contenidos de radio y televisión.
- ✓ Las cableoperadoras cooperativas ya ofrecen servicios, en suma, en el 65% del territorio nacional.
- ✓ 133 núcleos de acceso al conocimiento, 9 polos audiovisuales y 42 nodos audiovisuales.

- ✓ 8 estaciones culturales de producción y 6 estaciones culturales de exhibición.
- ✓ En 2010 se creó Radio y Televisión Argentina SE y se incorporó a las minorías parlamentarias en su directorio.
- ✓ 04Esta síntesis incluye datos suministrados por diversas áreas y programas del Estado Nacional; como AFSCA, INCAA, CEPIA, Educ.ar, TDA, BACUA, RTA, Argentina Conectada, Polos Audiovisuales, Igualdad Cultural. También información aportada por entidades representativas del sector como CACPY y COLSECOR.
- ✓ 4 años de políticas en COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
- ✓ Se amplió a 3 horas la franja diaria infantil de producción propia en la TV Pública, en la que también se implementó el lenguaje de señas.
- ✓ La TV Pública tiene 60% de programación de producción propia y un 20% de producciones independientes.
- ✓ Más de 600.000 personas compartieron los primeros films producidos por la TV Pública: "Revolución. El cruce de los Andes" y "Belgrano".
- ✓ Todas las empresas excedidas de los límites establecidos en la ley de SCA presentaron sus planes de adecuación ante AFSCA
<http://www.afsca.gob.ar/2013/11/4-anos-de-politicas-en-comunicacion-audiovisual/>

Las madres también opinan...

"La puesta en marcha de la totalidad de la ley 26.522 no sólo terminará con la concentración hegemónica de medios, sino que multiplicará las fuentes de trabajo, abrirá las puertas para que muchos y muchas más puedan expresarse en libertad y garantizará el derecho de todos a estar informados y a poder elegir los contenidos audiovisuales que prefieran".

Hebe de Bonafini (Asociación Madres de Plaza de Mayo), Estela Carlotto (Abuelas de Plaza de Mayo), Hugo Yasky (CTA), Osvaldo Bayer, Mercedes Morán y Víctor Heredia, son algunos de los tantos que adhieren al texto

Necesidad de un cambio de hábitos

Esta Política Pública apunta no solo a recuperar el derecho a la comunicación y, sin elementos que justifiquen lo que a continuación digo pero sí, analizando las informaciones que voy obteniendo, puedo aseverar que esta medida también procura cambiar NUESTRO SENTIDO, porque así como somos lo que comemos, también somos lo que vemos y oímos. Y anecdóticamente cuento que en mi caso opté por usar este medio y confieso que

si bien la programación es excelente me costó bastante desacostumbrarme a *consumir programación basura*.

Proyecciones y Desafíos

Actualmente las instalaciones de la TDA cubre un 82% del territorio Nacional, (<http://www.tda.gob.ar/cobertura.html>) sin embargo solo el 8 % lo utiliza. Hay muchas razones que explican esto. Está la decisión política, está la inversión, hay muchos contenidos nuevos y otros tantos en proceso.

Hay varios desafíos para afrontar, la integración de los distintos sectores de la ESS está en marcha no sin inconvenientes, recordemos que venimos de una experiencia neoliberal que nos marcó profundamente. En muchos casos la tendencia es repetir acciones de la hegemonía con herramientas que están pensadas para romper con ella.

Incorporar calidad debería significar no solamente el buen uso de tecnología si no también valorar y respetar la idiosincrasia de cada región y fortalecerla. Y si tenemos en cuenta el dato de la predisposición que tiene la sociedad Argentina para consumir servicios de Comunicación pagos, (Cables y señales satelitales) significa también romper con esa aceptación y comenzar a valorar a la TDA como una propuesta interesante en materia de formación, información y en camino; una herramienta de entretenimiento que es la función con la que nació la televisión, y desde mi humilde opinión a la TDA todavía le falta. Hablamos de un tipo de entretenimiento que no atente contra los valores que enaltecen al ser humano.

Ni la nueva Ley de Medios, ni toda la inversión garantizan, el cambio necesario para el uso de esta tecnología, creo que la sociedad como usuario tiene un rol muy importante para lograr el éxito.

Para todos estos desafíos hay actores que podrían acelerar el proceso de aceptación, en principio todos los afectados por la ESS. deberíamos proponernos el uso de esta tecnología y que en cada casa de los que estamos proponiendo a la ESS como alternativa, no falte un televisor con TDA o un decodificador, y todas las instituciones que sean del sector cooperativas, mutuales, universidades, pymes etc. sean promotores y facilitares del acceso a la misma.

Bibliografía y fuentes:

Libro, Economía Solidaria, hacia un Nuevo Mapa de comunicación- Textos, Contextos, experiencias y propuestas del Cooperativismo y Mutualismo (autores varios), Usina de Medios-Comunicación Solidaria- (Cooperar- Inaes), TDA (página web)

«http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Televisi3n_de_Argentina&oldid=72731903

<http://www.tda.gob.ar/tda><http://www.tda.gob.ar/>

<http://www.tda.gob.ar/tda/141/11635/mi-tv-digital.html>

<http://www.bacua.gob.ar/>

<http://www.tda.gob.ar/cobertura.html>

<http://www.afsca.gob.ar/2013/11/4-anos-de-politicas-en-comunicacion-audiovisual/>