

Fomento audiovisual y organizaciones sociales en el noroeste argentino

Audiovisual promotion policies and social organizations in Northwestern Argentina

■ **Ernesto Picco**

Universidad Nacional de Santiago del Estero (Argentina)

Fecha de Recepción: 13 de octubre de 2017
Fecha de Aceptación: 09 de diciembre de 2017

DOI: <http://dx.doi.org/10.15304/ricd.2.7.4356>

NOTAS BIOGRÁFICAS

Ernesto Picco es docente e investigador de la Universidad Nacional de Santiago del Estero. Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Católica de Santiago del Estero. Contacto: ernesto_picco20@hotmail.com

Resumen

Este artículo analiza la incidencia de las políticas de fomento al sector audiovisual en el noroeste argentino. Se sitúa en la escala subnacional y compara en seis provincias el modo en que organizaciones sociales y productoras independientes aprovecharon las políticas públicas enmarcadas en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual entre 2009 y 2015. Se abordan los casos de Santiago del Estero, Tucumán, Salta, Jujuy, Catamarca y La Rioja. A partir del cruzamiento de datos de organismos oficiales y las memorias de las audiencias de la Defensoría del Público, se muestra cómo se avanzó en el fortalecimiento de medios sin fines de lucro, la producción para radio y televisión de contenidos documentales y de ficción. Y también el modo desigual en que estas políticas impactaron en el territorio.

Abstract

This article analyzes the incidence of the policies for the development of audiovisual sector in Northwestern Argentina. It focuses on a subnational scale comparing among six provinces the ways that social organizations and independent producers took advantage of public politics derived from the Audiovisual Communication Services Law from 2009 to 2015. The cases considered are the provinces of Santiago del Estero, Tucumán, Salta, Jujuy, Catamarca and La Rioja. The analyses of data from official organisms and the memories of the audiences of the Department of Protection of Citizens' Rights, show how much improved the strengthening of non-profit media and the production of documentary and fiction contents for radio and television. As well as the unequal mode that these politics impacted on the territory referred.

Palabras clave

Argentina, medios sin fines de lucro, estudios subnacionales, políticas de comunicación, organizaciones sociales

Keywords

Argentina, non-profit media, subnational studies, communication policies, social organizations

Sumario

1. Introducción
2. Cuatro actores estatales en el fomento audiovisual
3. El impacto de los Fomeca en al diversa trama de organizaciones sociales
4. Las producciones del INCAA, BACUA y Programa Polos
5. Oportunidades, desafíos y dificultades: la trastienda de la producción
6. Reflexiones finales

Contents

1. Introduction
2. Four actors in audiovisual policies
3. Fomeca incidence in the complex field of social organizations
4. Audiovisual productions at INCAA, BACUA and Programa Polos
5. Opportunities, challenges and complicatio: the backroom of the production
6. Final thoughts

1. INTRODUCCIÓN

Argentina sancionó su Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en octubre de 2009, con intensos debates y discusiones en la etapa previa, y sobre todo en la posterior, cuando tuvo lugar su judicialización. Ese debate público al respecto se ha centrado en el enfrentamiento entre el gobierno kirchnerista y el Grupo Clarín, y los aspectos vinculados a la desconcentración de la estructura de propiedad a nivel nacional. Mientras tanto, lo que ha ocurrido en las provincias ha pasado más bien desapercibido ya que, incluso en ellas, el debate público estuvo orientado más al enfrentamiento político nacional y menos a la aplicación de la norma y las políticas de comunicación en el territorio.

Con todo, el período de debate, sanción y aplicación parcial de la LSCA se dio en un contexto latinoamericano en el que se intensificaron las discusiones – que ya llevaban varias décadas andando – sobre el lugar de los medios de comunicación, su relación con el Estado y la sociedad civil.

Desde la década del setenta, esta discusión fue impulsada por los gobiernos progresistas del tercer mundo en foros internacionales, que dejaron documentos históricos como el Nomic o el Informe MacBride. Pero con el avance del neoliberalismo en esos países, la antorcha la tomaron las organizaciones de la sociedad civil, reclamando la democratización de los medios ante los gobiernos y las corporaciones privadas (Segura, 2011).

En Latinoamérica, los gobiernos que han sido caracterizados por Roberto Follari (2009) como neopopulistas, empezaron a llegar al poder en las primeras décadas del siglo XXI, recogieron esas demandas y comenzaron a incorporarlas a sus políticas de Estado.

En la década que va de 2004 a 2014, tal como ocurrió en Argentina, también Perú, Venezuela, Bolivia, Ecuador y Uruguay sancionaron leyes para reorganizar sus sistemas de medios. Aunque las realidades de estos países eran y son diferentes, y también sus propuestas normativas. Pero en todos ellos

coincidía un escenario de polarización política entre el gobierno y las corporaciones mediáticas privadas (Sorj, 2010). Cuestión que en Argentina presenta variaciones en la escala subnacional: mientras que esta tensión gobierno-medios se presentó con claridad en el orden nacional, en las provincias las corporaciones mediáticas están, en la mayoría de los casos, aliadas a los fuertes oficialismos locales.

Una mirada al caso argentino nos pone no sólo ante la concentración económica de los grandes grupos de medios, sino también el problema de la concentración geográfica. En un trabajo sobre los contenidos de la televisión regional Argentina en la última década, Néstor Daniel González explica que “más del 90% de los contenidos que se emiten en todo el país son producidos en Buenos Aires por los cuatro principales grupos de medios audiovisuales” y que “luego de la etapa reprivatizadora del sistema televisivo con la irrupción de las productoras de contenidos tercerizadas, un pequeño grupo de contenidistas del barrio porteño de Palermo concentran gran parte de la producción televisiva” (González 2014, p. 99).

Así, más de 20 millones de argentinos que viven fuera de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires tienen una oferta de contenidos producida en el centro del país. En el interior argentino hay 45 canales locales de aire. Sin embargo, en cada provincia se ven sólo los propios y casi nada se sabe de la existencia del resto¹. Esos canales locales están perdidos en las grillas de cable entre más de un centenar de señales de Buenos Aires o el exterior. Y más: en los canales provinciales la producción local oscila, según la región que se trate, entre el 18 y el 23%² el resto son reemisiones de Buenos Aires o contenidos extranjeros.

Con esta escasa presencia de las imágenes y voces propias en las televisiones provinciales, algo de la información y los contenidos locales se puede encontrar en las radios y, mayormente, en la prensa escrita. Sin embargo, se trata de medios que están también

¹ La cantidad de canales locales de aire por provincia varía. La mayoría de las provincias tiene sólo uno: Jujuy, Catamarca, La Rioja, Santiago del Estero, Chaco, Formosa, Corrientes, Misiones, San Juan, San Luis, La Pampa, Neuquén, y Santa Cruz. Tienen dos Tucumán, Santa Fe, Entre Ríos, Río Negro, Chubut y Tierra del Fuego. Salta tiene tres, aunque hay varios más que han comenzado a realizar transmisiones de prueba. Tiene tres Mendoza y Córdoba cuatro. Los diez restantes están en el interior bonaerense.

² Información disponible en el blog http://ricardoportomedios.com.ar/wp-content/uploads/2012/04/Informe_TV_ABIERTA_ANUAL2011.pdf

concentrados en la escala sub-nacional y mayoritariamente en manos de las elites políticas provinciales, sus asociados o familiares (Picco, 2013).

Es por eso que en este trabajo abordamos uno de los temas que creemos que estuvo fuera de vista en este período de sanción y aplicación parcial de la LSCA en Argentina: el impacto de las políticas de fomento audiovisual a nivel subnacional, abordando como unidades de análisis comparativo las seis provincias que componen la región NOA en la Argentina³.

La LSCA buscó combinar las medidas de desconcentración de la propiedad de los grandes medios, con políticas de fomento a la producción que favorecieran la diversidad de voces. Aquí es necesario señalar dos tradiciones opuestas que entienden la noción de diversidad: una más liberal, vinculada al libre mercado de las ideas, como resultado natural del funcionamiento de los mercados mediáticos; y otra de inspiración político-democrática que supone las tensiones políticas, religiosas y democráticas, asociada a una visión positiva del derecho que requiere una “intervención del poder público con el fin de alcanzar los resultados deseados en términos de diversidad” (Albornoz y Leiva 2016, p. 26).

Es esta segunda acepción, la adoptada por la LSCA, que concibe al Estado como un actor que debe intervenir en el sistema de medios. Así, la ley propuso dividir la propiedad del espectro radiofónico en tres tercios: un 33% para el sector privado, un 33% para el público-estatal, y un 33% para el sector sin fines de lucro. Este último, al que se alude también como tercer sector “contribuye a configurar sistemas de medios más plurales y diversos, dado que se multiplican los sectores que participan de él”, y “permiten la intervención de sujetos, temas y perspectivas que no suelen tener cabida en los medios privados-comerciales ni estatales” (Linares *et.al.* 2017, p.88).

Es así que las políticas de fomento audiovisual –comprendiendo aquí radio y televisión– apuntaron a fortalecer las producciones y los medios del tercer sector, con criterio federal.

En la etapa que va de 2009 a 2015 se dio un proceso de aplicación sesgada de la Ley

de Servicios de Comunicación Audiovisual. Coincidimos con Marino (2016) en que este sesgo se dio por dos causas: a) externas, en una primera etapa, durante la judicialización y resistencia por parte de los grupos económicos dominantes que impusieron medidas cautelares y llevaron el caso hasta la Suprema Corte de Justicia de la Nación; y b) combinadas, durante una etapa posterior, ante las propias internas del oficialismo para su aplicación, la incapacidad de la oposición política para tener un rol más activo en los órganos de gestión y control, y la continuidad de las resistencias del poder económico-mediático.

Mostraremos aquí parte de los resultados de una investigación mayor que aborda la estructura de los sistemas de medios en las provincias del NOA. Y aunque no nos detendremos aquí a describirlos, sí dejamos en claro que los casos de Santiago del Estero, Tucumán, Salta, Jujuy, Catamarca y La Rioja presentan estructuras diferentes, con actores empresariales que son distintos en una y otra provincia, como lo es su relación con el Estado, los partidos, y las organizaciones del tercer sector vinculadas al campo comunicacional (Picco, 2013). Pero podemos decir que en todos los casos estamos ante provincias caracterizadas por lo que Jacqueline Behrend (2011) ha caracterizado como “juego cerrado”, donde redes familiares locales controlan el acceso a las principales posiciones de gobierno, el aparato estatal, las oportunidades de negocios y los medios de comunicación locales.

Así es que nos preguntamos: ¿Qué tipo de organizaciones sociales fueron las que efectivamente recibieron las políticas de fomento en las provincias estudiadas? ¿Cuáles son sus características? ¿Qué tipo de producciones se realizaron en las provincias con el aporte de las políticas de fomento? ¿Qué oportunidades, desafíos y dificultades encontraron las organizaciones para la producción y/o exhibición de los contenidos generados?

Teniendo en cuenta estas preguntas analizamos el impacto de cuatro grandes políticas de fomento: los Fomeca, el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentinos (BA-CUA), los concursos federales del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA)

³ Se trata de las provincias de Santiago del Estero, Tucumán, Salta, Jujuy, Catamarca y la Rioja. La región, que suma poco más de 5 millones de habitantes, es una de las más pobres del país, con un empleo sostenido mayoritariamente por el Estado y una actividad económica privada con fuerte presencia del sector primario agrícola ganadero.

y los fondos que el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) y la Secretaría de Políticas Universitarias destinaron para las producciones de contenidos.

Trabajamos con distintas fuentes para construir nuestra matriz de datos: a) Información oficial de las distintas áreas de gobierno involucradas; b) Las memorias de las audiencias públicas regionales de la Defensoría del Público de la Nación; c) Datos de las páginas web de las organizaciones sociales y los medios comunitarios de las provincias que estudiamos, d) Entrevistas a informantes clave.

2. CUATRO ACTORES ESTATALES EN EL FOMENTO AUDIOVISUAL

El título X de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sobre determinación de políticas públicas, establece en su artículo 153 que estas deberán “promover el desarrollo de la actividad con una orientación federal, que considere y estimule la producción local de las provincias y regiones del país”⁴. Fue a partir del enunciado de este artículo, que se motorizaron algunas políticas que innovaron en el fomento de la producción de contenidos y de fortalecimiento de medios del tercer sector en las provincias.

En este contexto, cuatro actores promovieron políticas relacionadas estos aspectos: a) el Ministerio de Planificación Federal, b) la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) en articulación con el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), c) el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), y d) el Afsca. Su trabajo en paralelo tuvo distintos resultados y grados de articulación.

Desde el Ministerio de Planificación Federal se lanzó en 2010 el Programa Polos Tecnológicos Audiovisuales, con el objetivo de instalar y fortalecer las capacidades para la producción de contenidos para la televisión digital. El programa se propuso llegar al territorio con fondos para equipamiento, capacitación y producción, haciendo base en las

universidades nacionales.

El 9 de septiembre de 2010 el Ministerio de Planificación y el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) firmaron un convenio de cooperación de asistencia técnica. El programa dividió al país en nueve polos⁵ cada uno con una universidad pública cabecera que reunía a los referentes de la región. La misión de las universidades era articular entre las organizaciones sociales, las productoras audiovisuales independientes y los canales locales para avanzar en la producción de contenidos. El programa tuvo resultados diferentes en cada polo, debido a las complejidades particulares de cada región. A pesar de ello, se lograron producir algunos programas que comenzaron a verse a partir de 2013 en las pantallas provinciales. Magazines, programas periodísticos y algunas ficciones que ponían su mirada sobre la cultura local fueron emitidos, casi siempre en las propias provincias de origen.

Con miras a fortalecer los medios de las universidades, en 2014 la Secretaría de Políticas Universitarias creó 400 nuevos cargos para los medios universitarios e incluyó 500 mil pesos anuales en el presupuesto de cada una, destinados a la producción de contenidos audiovisuales.

Por otra parte, el INCAA, a través de su Gerencia de Acción Federal, lanzó concursos para películas y series de televisión de documental y ficción con cupos por región.

Algunos de los contenidos producidos en el marco de estas políticas de financiamiento comenzaron a reunirse en el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentinos (Bacua), donde también se alojaron algunos contenidos producidos con anterioridad y con otras vías de financiamiento. Allí se puso a disposición material de libre acceso y distribución gratuita para los canales de televisión de todo el país.

Hacia fines de 2015, el Bacua contaba con más de 700 producciones que sumaban 3.000 horas de contenidos generados en distintos puntos del país, que permitieron la

⁴ Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de 10 de octubre de 2009 en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

⁵ El Polo Centro, con cabecera en la Universidad Nacional de Villa María; Cuyo, con cabecera en la Universidad Nacional de Cuyo; Litoral, con cabecera en la UNER; Metropolitano, con cabecera en el IUNA; NEA, con cabecera en la Universidad Nacional de Misiones; NOA, con cabecera en la Universidad Nacional de Jujuy en conjunto con la Universidad Nacional de Tucumán; Patagonia Norte, con cabecera en la Universidad Nacional de Río Negro y la Universidad Nacional de Comahue; Patagonia Sur, con cabecera en la Universidad Nacional de la Patagonia Austral y a la Universidad Nacional Patagonia San Juan Bosco; y provincia de Buenos Aires, con cabecera en la Universidad Nacional del Centro.

creación de 1.200 nuevos empleos en el sector⁶.

Por su parte, Afsca, puso en marcha a partir de 2013 los concursos Fomeca, para cumplir con el artículo 97 de la LSCA, que establece que el 10% de los gravámenes recaudados entre los titulares de servicios de comunicación audiovisual de todo el país, debían ser destinados a proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a medios comunitarios. Según señala Agustín Espada en un estudio reciente, “el 40% del total de los premios entregados se concentra en CABA y provincia de Buenos Aires. Córdoba, Santa Fe y Mendoza aglutinan otro 20%. Además, la zona norte del país recibió el doble de premios que la zona patagónica” (Espada 2017, p. 104).

Esta distribución de los Fomeca no respondería a cuestiones demográficas o de estructura del sistema de medios, sino más bien – y esta es nuestra hipótesis – a las diferencias existentes entre regiones y provincias en lo que respecta a su tejido social y de organizaciones, ya que son estas las que debían generar proyectos, administrar y gestionar su participación en los concursos y en la ejecución de los mismos en caso de ganar. Esto lo atribuimos especialmente al caso de los Fomeca, ya que con ellos se apuntaba a la participación de actores de organizaciones no necesariamente vinculadas al campo de la comunicación sino a otras lides –pueblos originarios, organizaciones, solidarias, deportivas, gremiales, etc– pero se podrían pensar motivos similares a la disparidad de la incidencia de las otras líneas de fomento específicas para productoras audiovisuales.

Veremos esta incidencia dispar en números, y trataremos de ofrecer algunas interpretaciones sobre las diferencias que se presentan entre las provincias estudiadas.

3. EL IMPACTO DE LOS FOMECA EN LA DIVERSA TRAMA DE ORGANIZACIONES SOCIALES

Entre 2013 y 2015 se distribuyeron 153.948.061 pesos en Fomeca que sumaron un total de 1.013 premios entregados a organizaciones sociales de todo el país. 166 de esos premios se distribuyeron entre las seis

provincias del NOA.

Los fondos se repartieron en distintas líneas que podemos clasificar en tres grandes grupos: a) para compra de equipos o mejoras edilicias para radio y televisión; b) para apoyo a redes y gestión, destinados principalmente a la capacitación en materia contable y administrativa y talleres para vincular actores en el territorio; y c) para la producción de distintos formatos en radio y televisión.

En la Tabla 1 podemos ver que el grupo de premios que se distribuyó en mayor cantidad –alrededor de un 18%– es el de equipamiento para radios. Estamos allí ante un grupo de organizaciones que tienen sus propios medios. Y se presentan sólo en cuatro de las seis provincias.

En el caso de Santiago del Estero y Jujuy se trata en todos los casos de organizaciones campesinas o de pueblos originarios en ámbitos rurales. En las otras dos provincias aparecen ya algunas organizaciones urbanas de otro tipo. En Salta, con la Fundación Comunicación para la Equidad y la Transformación Social, que realiza trabajo social en territorio, y la Fundación Comunicar, creada a partir de una FM de rock de la ciudad. En Tucumán, con organizaciones que se dedican específicamente a la comunicación alternativa y la militancia como la Fundación Mate Cocido, religiosas como el Centro Cristiano Tucumán La Banda, o la Fundación María de los Ángeles, creada por Susana Trimarco para combatir la trata de personas, que fundó su radio a partir de estos concursos y con apoyo de la Defensoría del Público.

Es significativo que La Rioja y Catamarca, con escenarios menos dinámicos, no presenten actores con medios de comunicación que hayan accedido a premios Fomeca de este tipo, aunque sí lo hicieron en las líneas de campañas o programas radiales.

Casi todas las organizaciones rurales y urbanas, titulares de radios de las otras cuatro provincias ganadoras de premios para fortalecer sus medios, también concursaron y ganaron Fomeca en las líneas de capacitación y producciones.

A nivel regional, hay un número significativo de programas radiales, 29 semanales y 8 diarios, que lograron nutrir las emisoras con producciones con financiamiento especí-

⁶ Ver en <http://catalogo.bacua.gob.ar/>

Tabla 1. Cantidad y tipo de Fomeca ganado por provincia

	SDE	Jujuy	Salta	Tucumán	La Rioja	Catamarca	Total
Apoyo redes locales	1	2		3			6
Apoyo redes regionales		1					1
Campaña radial		1	1	5	2		9
Cont. Emisoras TV				1			1
Equipamientos TV				1			1
Equipamiento radios	5	10	9	7			31
Gestión de medios	3	11	3	3			20
Microprograma AV	6	4	8	7	1		26
Prod. Identidad	1		3				4
Producción AV		4	1	1	1	1	8
Producción RF				3			3
Prog. AV semanal	2	2				2	6
Prog. R. Diario		6		1		1	8
Prog. R. Semanal	5	12	3	5	1	3	29
Servicio informativo		2		1			3
Spot AV	2		3	1	1	3	10
TOTAL	25	55	31	39	6	10	166

Fuente: Elaboración propia en base a datos Afsca

fico para su producción, lo cual supone una alta factura técnica en función del tiempo y los fondos disponibles para trabajar. Y entre los ganadores de estos premios vemos una notable diversidad de actores en las distintas provincias.

En Santiago del Estero hay productoras audiovisuales que se lanzaron al ámbito de la radio, como la Cooperativa Los Díaz o Santiago del Video, y otras que tampoco tenían experiencia en la radiofonía, como la Biblioteca Popular Alberdi, o la Asociación de Músicos Independientes.

En Jujuy aparecen la Cooperativa de Trabajo de Reciclado o la Asociación Renacer, de familiares de víctimas de accidentes de tránsito. En Tucumán, la Asociación Civil Crecer Juntos, que aborda temas de niños, niñas y adolescentes en los barrios periféricos, y ganó dos concursos para producir sendos programas sobre la misma temática.

Es en este ámbito de la producción donde se ve una mayor cantidad de organizaciones sociales que, a partir la apertura de los Fomeca, se acercaron al campo de la comunicación y los medios.

Algo similar ocurrió para el caso de la producción para televisión, aunque para forma-

tos más bien pequeños, que no tuvieron una incidencia significativa en las grillas de contenidos en los canales. Vía Fomeca, en el NOA se produjeron 26 microprogramas de 5 minutos, y 10 spots de 40 segundos.

Hay en este rubro dos provincias con un protagonismo notable de las productoras audiovisuales. En Santiago del Estero la Asociación Santiago del Video ganó y produjo tres microprogramas y un spot. En Jujuy, la Cooperativa Audiovisual la Mula y Wayruro Audiovisual ganaron sendos premios para microprogramas. En el resto de las provincias aparecen organizaciones de derechos humanos, algunas de las fundaciones con medios propios como la salteña CETS, y hasta un centro de jubilados en esa misma provincia.

En tres provincias aparecen organizaciones que ganaron premios para producir programas de televisión semanales de mayor envergadura. En Santiago del Estero la Cooperativa Los Díaz y la Asociación Madres del Pacará; en Jujuy la Fundación Tinku Encuentro y la Asociación Renacer, que produce para la televisión en paralelo a sus proyectos radiales; y en Catamarca las fundaciones El Puente y Bienaventurados Los Pobres.

No nos detenemos aquí a analizar el tipo

de contenido que se produjo en cada caso, pero sí a observar los tipos de organizaciones que se acercaron con sus propuestas al campo de la comunicación, o bien fortalecieron sus medios comunitarios ya existentes.

El Gráfico 1 presenta los tipos de organizaciones ganadoras de Fomeca. Algunas de ellas ganaron solo un premio y otras hasta siete, pero eso no se expresa en estos datos. Lo que buscamos es identificar la diversidad de actores que se acercaron a este fomento y ganaron uno o más premios. Podemos ver en general una preponderancia de las organizaciones de pueblos originarios, especialmente en Santiago, Salta y Jujuy, y luego una importante cantidad de organizaciones solidarias en las seis provincias. Las productoras audiovisuales y las organizaciones educativas aparecen también como las más activas en este caso.

Podemos hacer un párrafo aparte para el caso de la Asociación de Prensa de Tucumán, que presenta una excepcionalidad. Fue ganadora de un concurso de licencia de televisión digital de baja potencia en 2015, y esto le permitió concursar y ganar dos premios Fomeca: uno de equipamiento de TV, y otro para producción de contenidos de emisora de TV.

4. LAS PRODUCCIONES DEL INCAA, EL BACUA Y EL PROGRAMA POLOS

Por fuera de los Fomeca, entre 2010 y 2015 se produjeron en las provincias del NOA 108 horas de contenidos para televisión financiados por el estado nacional. En números redondos, hablamos de 27 horas en Salta, 25 en Jujuy, 24 en Tucumán, 13 en Santiago del Estero, 10 en Catamarca y 9 en La Rioja.

En su mayoría se trata de producciones en formato documental, aunque también hubo algunas de ficción y animación, que en la mayoría de las provincias no se habían realizado nunca.

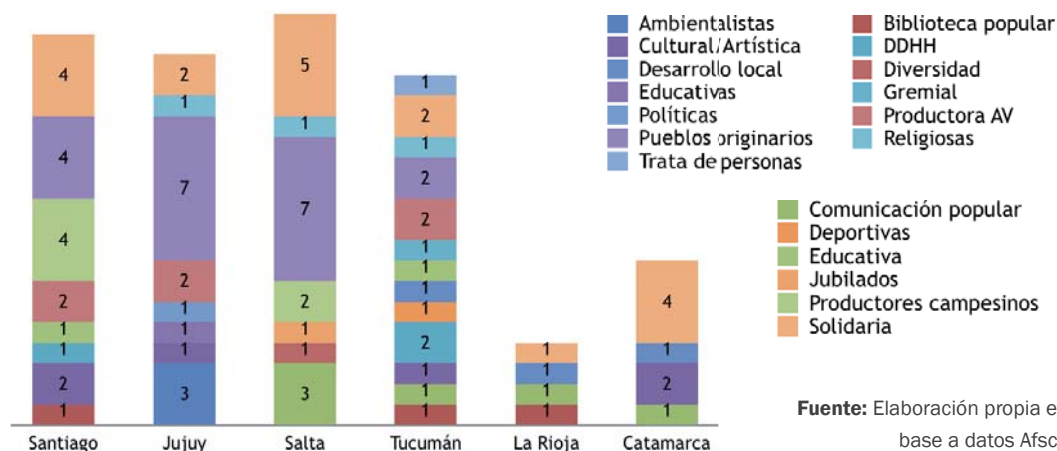
A diferencia de los Fomeca, aquí no había organizaciones sociales externas al campo de la comunicación, sino que se trató en todos los casos de productoras locales con distinto grado de experiencia: algunas pequeñas Pymes, cooperativas u organizaciones sin fines de lucro en pleno proceso de formación. Y, en menor medida, participaron los equipos de producción audiovisual de las universidades públicas asentadas en las provincias.

Podemos desagregar la información para su análisis, teniendo en cuenta los tres grandes ámbitos donde se pueden ubicar estas producciones: el INCAA, que colocó algunos contenidos producidos en la pantalla nacional o ayudando a negociar pantallas locales; el BACUA, donde se puso a disposición contenidos generados en fomentos previos del INCAA y el Programa Polos Audiovisuales; y las universidades, que a través de la Red Nacional Audiovisual Universitaria (Renau) continuó fomentando producciones y su emisión en algunas pantallas, aún después de la caída del Programa Polos.

Atenderemos a los tipos de producción realizados por provincia en cada caso, para distinguir cualitativamente los formatos, y a las horas de contenidos, para comparar cuantitativamente el volumen de producción de cada provincia.

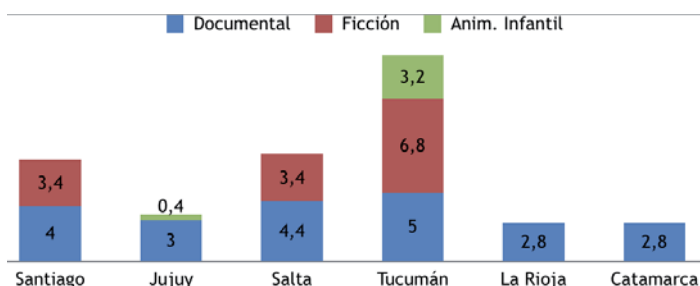
A partir de estos datos, nos preguntamos: ¿Qué tipo de formato predomina? ¿Qué diferencias se presentan entre las provincias? ¿Qué tipo de ficciones se producen?

Gráfico 1. Tipos de organizaciones que ganaron Fomeca



Las tres preguntas parten del supuesto – sostenido en base al diálogo y las entrevistas con algunos de los productores – de que la mayoría de los proyectos que se realizaron en este tiempo no hubieran sido sostenibles con fondos de la propia estructura de auspiciantes y medios de la escala sub-nacional.

Gráfico 2. Cantidad de horas de contenidos INCAA



Fuente: Elaboración propia en base a datos INCAA

Tucumán, Salta y Santiago fueron los lugares donde más se aprovecharon las líneas de fomento del INCAA. Entre las producciones de las seis provincias predomina el documental, con 22 horas de producción de este tipo, distribuidas en diferentes formatos: series de 4 y 8 capítulos, telefilms y unitarios.

En tres provincias se produjo ficción, en formatos de series de 8 capítulos de 24 minutos cada uno. En Santiago se produjo “Contratados”, una comedia sobre empleados públicos producida por Santiago del Video. De Tucumán salió “Doble encierro”, un policial producido por TVCMA y “Tres regresos”, un drama con historias de vida de personajes locales. En Salta incursionaron en el terror con “La Casa de los Opas”, de Chulo Productora.

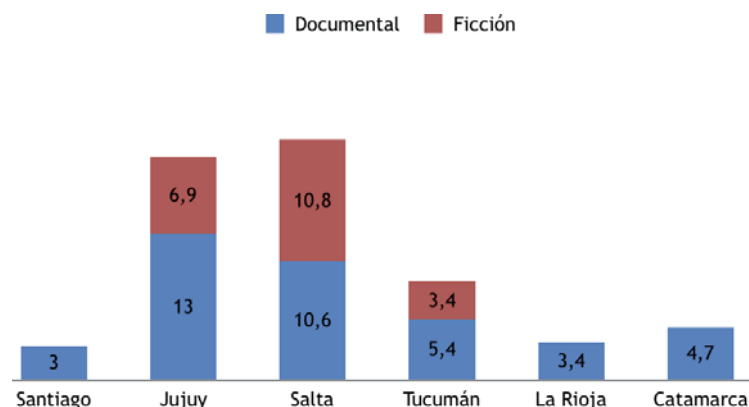
A través de los fomentos del INCAA también se generaron contenidos de animación infantil. En Tucumán se realizó la serie de cortos “Centella Trici Bibliomovil” y en Jujuy el micro “Pacha”.

No todas estas producciones corrieron la misma suerte, y en muchos casos tuvieron dificultad para conseguir pantalla. Un ejemplo es el caso de los telefilms: los que se hicieron en las seis provincias fueron emitidos por Canal 7 de Catamarca, porque no alcanzaron acuerdos con los canales de aire de sus propias localidades, cerrados a estas propuestas. Algunas de las series documentales llegaron a las pantallas nacionales vía la Tevé Pública o Canal Encuentro, y no todas las

ficciones pudieron estrenarse. “Contratados”, por ejemplo, se proyectó parcialmente en un festival de cine en Las Termas de Río Hondo al no conseguir pantalla en el canal local.

Mientras tanto, el BACUA alojó producciones realizadas mediante fomentos ejecutados en una etapa inmediatamente anterior.

Gráfico 3. Horas de contenido en el BACUA



Fuente: Elaboración propia en base al catálogo de contenidos BACUA

Los contenidos producidos y alojados en el BACUA superan por casi 20 horas a los que se produjeron a partir de los fomentos del INCAA posteriores, que vimos en el apartado anterior. Y otra diferencia significativa es que la totalidad de estos contenidos podían verse íntegra y gratuitamente en internet, a través de la página del BACUA.

Los documentales siguen primando, en este caso en formatos de 4 capítulos, de 10 capítulos o unitarios. Otra vez aparecen Tucumán y Salta produciendo ficción, y Jujuy – la provincia del NOA con más horas de contenidos en el BACUA – en lugar de Santiago del Estero.

En Salta se produjo la más ambiciosa de las ficciones del NOA: “Los anillos de Newton”, un policial de 13 capítulos que narra la historia de un psicólogo devenido en taxista que por las noches tiene aventuras en los barrios salteños. También allí se filmó “El Aparecido”, que en su página web se presenta como “un western andino fantástico, que cuenta la historia de un indio, maltratado, humillado y asesinado, que regresa de la muerte para vengarse”. La tercer ficción salteña es “Historias de la orilla”, que recrea cuentos del escritor de esa provincia, Hugo Aparicio.

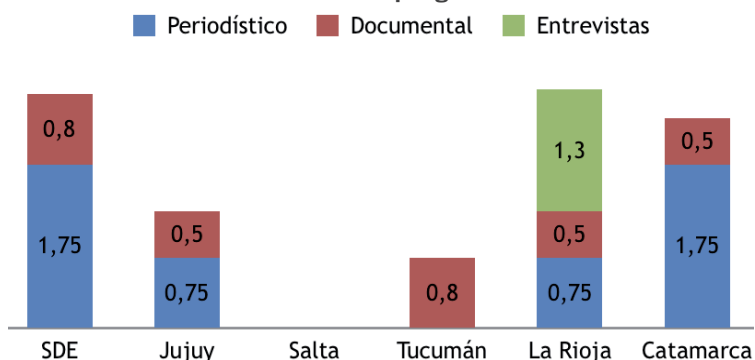
En Jujuy se filmó “El viaje”, la historia de un joven que recorre el altiplano buscando su

padre, y “Sombras de mi tierra”, ocho capítulos que presenta cada uno una historia autoconclusiva de terror.

En Tucumán se filmó “Muñecos del destino”, una parodia de telenovela protagonizada por títeres de tela que, por su calidad, llegó a ser transmitida los lunes por la noche en la Televisión Pública durante ocho semanas en 2012.

En las universidades la producción fue menor, pero allí puede verse otra diversidad de formatos y un espacio de generación de contenidos al que también es relevante prestar atención.

Gráfico 4. Horas de producciones de universidades por género



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Renau

En este caso podemos ver que las producciones de las universidades no llegan a sumar diez horas de contenidos entre todas las provincias. Predomina el formato periodístico y de entrevistas, y el documental en menor medida. Son formatos más pequeños: series de capítulos de 10, 8 y 3 minutos.

Un dato relevante es la apuesta a formatos coproducidos a escala regional. “Mundo U” es una serie que contempló la realización de un capítulo de 45 minutos por provincia, realizados en cada lugar con la misma estética, artística y formato, contando la oferta educativa y la vida universitaria de cada una. En la misma línea puede verse “Museos”, que son documentales en los que se muestran los museos que las distintas universidades tienen en sus provincias.

5. OPORTUNIDADES, DESAFÍOS Y DIFICULTADES: LA TRASTIENDA DE LA PRODUCCIÓN

Además de los números expuestos hasta

aquí, hay otra aproximación posible a la trastienda de la producción que nos puede ayudar a dar cuenta cabal de la diversidad que presenta el mapa de organizaciones y cómo estas respondieron a las oportunidades que se presentaron por las diversas vías de fomento al sector audiovisual.

Hacia el interior de cada provincia el aprovechamiento de las oportunidades también ha sido dispar. Hay organizaciones que ganaron un Fomeca mientras que otras, que se convirtieron en auténticas expertas de la gestión de concursos, llegaron a obtener hasta cinco premios de distintas líneas. Es interesante repasar algunos números más, y el testimonio de los referentes de algunas de esas organizaciones, en su participación en las audiencias públicas de la Defensoría del Público de la Nación.

En Santiago del Estero se distribuyeron 25 Fomeca entre 19 organizaciones. Santiago del Video, una productora audiovisual cuyos integrantes están además vinculados a las universidades, las organizaciones de derechos humanos y el gobierno de la provincia, ganó 5 de ellos. Julieta Saracco, integrante de la organización, señala:

Este año estamos desde Santiago del Video [...] llevando adelante un FOMECA dentro de la Universidad Nacional, que es un programa de radio que hemos ganado el año pasado, lo estamos llevando a cabo. Pero a todo esto, quiero traer a colación que como se firmaron convenios entre la Universidad y AFSCA en su momento, que no se pierdan esos espacios. Porque así como también ha sucedido con el programa Polos Audiovisuales, que ha dado espacios para que muchas organizaciones del sector civil y organizaciones no gubernamentales se junten y proyecten juntos y avancen en fortalecimiento audiovisual, ese espacio yace perdido porque los polos ya no están funcionando en las universidades.⁷

El Programa Polos se diluyó por diversos motivos. Fue una de las primeras experiencias en que distintas productoras independientes se encontraron ante la posibilidad de producir contenidos con presupuesto y un control técnico más riguroso, y no siempre respondieron a esta situación. Además, tampoco lograron en esa primera instancia establecer criterios de trabajo conjunto con las organizaciones sociales externas al campo de la producción audiovisual que se incorporaban a la producción de contenidos en las universidades, pero

sí lo hicieron luego a partir de los Fomeca.

En Santiago las organizaciones rurales y de pueblos originarios también tuvieron protagonismo importante. La Comunidad Lule Vilela La Armonía, la Asociación de Fomento Vecinal de Pequeños Productores Atamisqueños, y la Comunidad Sentimiento de mi Tierra, ganaron dos Fomeca cada una.

En Jujuy se distribuyeron 55 premios Fomeca entre 18 organizaciones, 7 de ellas pertenecientes a pueblos originarios. Estos hicieron la diferencia. Las comunidades indígenas de El Antigüal, Queta, y Tata Iyipi, ganaron 5 premios cada una. La comunidad indígena Los Chorrillos y la Fundación Tinku Encuentro ganaron 4 cada una.

La Comunidad Indígena de Tata Iyipi es caso testigo de la experiencia que vivieron otras organizaciones. Esta comunidad de 1800 habitantes se ubica a 200 kilómetros de San Salvador de Jujuy. Belén Roldán, integrante de la misma, relató: “Contamos con una radio. En esta radio que, gracias a los proyectos de FOMECA que hemos ganado, estamos equipando y capacitándonos con gente de San Pedro y Jujuy”⁸.

De los 55 Fomeca entregados en Jujuy, 11 premios fueron de gestión de medios, y 3 de apoyo a redes, que apuntaron en esta línea de capacitar a organizaciones que ya tenían sus propios medios comunitarios, que en muchos casos eran precarios y sin equipos de trabajo organizados.

En Salta se entregaron 31 premios a 19 organizaciones. Esta es una de las provincias que presenta mayor diversidad de actores. Entre los que ganaron más Fomeca, se encuentran la Fundación Uno Para Todos y la Fundación CETS, que obtuvieron 4 premios cada una.

Una experiencia que tuvo gran resonancia en esa provincia fue la del Centro de Jubilados Casa de la Comunidad de Vaqueros, que ganó un Fomeca para producir spots sobre adultos mayores, hechos por ellos mismos. Teresa Dufau, integrante de esta organización, dijo:

Nos reunimos en Comisión Directiva, hicimos una asamblea, vinieron, nos explicaron de qué se trataba y manos a la obra. Y con eso con-

seguimos este audiovisual porque ganamos el primer premio. Este audiovisual consta de diez capítulos de cinco minutos. ¿Y qué cuentan? Son nuestros jubilados, nuestros jubilados. Por ser un lugar que estamos en el medio de Salta, tenemos una parte rural muy importante de cerros y la otra, la urbana. Entonces, en este video, ¿quiénes están representados? Está el ejecutivo que viene al centro de jubilados y se sienta a matear con el peón rural que a lo mejor es analfabeto -como ustedes van a poder ver si tienen oportunidad de que esto les llegue a vuestras manos- y conversan cada uno con su sabiduría⁹.

En Tucumán se entregaron 39 premios a 17 organizaciones. Aquí se trató, en su mayoría, de organizaciones urbanas. Y también aquí algunas se especializaron en gestionar y ganar premios Fomeca. La Asociación Civil Crecer Juntos ganó 5 premios, la agrupación Mate Cocido, dedicada a la comunicación alternativa barrial, ganó 4, y las asociaciones civiles Creeunsol y Lazos ganaron 3 cada una.

Ivan Acosta, de la Asociación Civil Crecer Juntos, dijo respecto de su experiencia:

Ganamos el FOMECA IV [de producción de programas semanales, diarios y servicios informativos] donde tenemos la radio del Repique. Esa es una radio enlatada que se hace tres veces a la semana, grabamos programas y los vamos pasando en distintas radios. Así tenemos la posibilidad de no tener una propia radio, sino compartirla con los demás radios para que nos pueden escuchar; no tan sólo ser una, sino a la vez ser varias.

La Rioja y Catamarca fueron claramente menos receptivas a las líneas de fomento. En La Rioja, entre 4 organizaciones obtuvieron 6 premios, y en Catamarca, entre 8 organizaciones des distribuyeron 10. La gran mayoría de ellas – 10 de 12 – son organizaciones urbanas.

En lo que respecta a los fomentos destinados específicamente a las productoras audiovisuales en la órbita del INCAA y el Bacua, como vimos en los números la recepción y los tipos de producción fueron también muy diversos. Guillermo Tello, representante de al Multisectorial Audiovisual, se refirió a las difi-

⁷ Memorias de la Audiencia Pública Norte 2016. San Miguel de Tucumán 11/7/16. Ver en <http://defensadelpublico.gov.ar/audiencia-publica/que-son-las-audiencias-publicas/>

⁸ Memorias de la Audiencia Pública Norte 2016. San Miguel de Tucumán 11/7/16. Ver en <http://defensadelpublico.gov.ar/audiencia-publica/que-son-las-audiencias-publicas/>

⁹ Memorias de la Audiencia Pública Norte 2016. San Miguel de Tucumán 11/7/16. Ver en <http://defensadelpublico.gov.ar/audiencia-publica/que-son-las-audiencias-publicas/>

cultades que se presentaron en este sector:

A pesar de que sigue vigente los convenios del BACUA o parecidos de producción en las distintas provincias que se hicieron a través del fomento que desarrolló el contenido el servicio de comunicación audiovisual y a través también del fomento que fue efectuado por el FOMECA, no se están usando. Muy pocas televisoras se hacen eco de ese contenido para poder cumplir con la cuota correspondiente del contenido nacional donde hay mucho también de producción de ficción, que para nosotros es muy importante¹⁰.

Ya hemos visto en apartados anteriores la dificultad que tuvieron las producciones audiovisuales generadas en las provincias de encontrar pantalla en sus propias localidades.

Según señaló la productora Santiago del Video en una entrevista para este trabajo “en algunos casos porque los canales nos ponían pruritos que tenían que ver con lo técnico, a pesar de que teníamos un seguimiento bastante estricto de la calidad de los trabajos por parte del Estado, o directamente nos decían que los temas eran inconvenientes”.

La falta de fiscalización de las delegaciones locales de Afsca para el cumplimiento de las cuotas producciones locales e independientes en las pantallas locales, también fue un elemento que coadyuvó a esta dificultad.

6. REFLEXIONES FINALES

Hemos repasado aquí el modo en que las productoras audiovisuales y organizaciones sociales se vincularon a las políticas de fomento al sector audiovisual en las provincias del NOA.

Lo primero que ha quedado demostrado son las diferencias entre provincias en: a) la

composición de las organizaciones que se involucraron en el campo de la comunicación y b) la capacidad de respuesta en cada una a las oportunidades que se presentaron.

En segundo lugar, el hecho de que hubiera distintos actores estatales abriendo concursos y oportunidades de financiamiento para equipar medios y producir contenidos tuvo efectos de distinto tipo. La mayor cantidad de líneas para concursar, y el contacto con mayor diversidad de actores como las universidades a través de la SPU favoreció la diversidad y la apertura a otros sujetos sociales a entrar al ámbito de la producción de contenidos y alentó a que una mayor cantidad de producciones pudiera realizarse. Pero también se evidenció cierta superposición de esfuerzos, falta de coordinación entre los actores estatales, y faltaron estrategias para asegurar que las producciones pudieran completar el circuito y llegar a las pantallas. En las políticas de fomento que analizamos la producción se pensó como un punto final, y faltó trabajar la distribución y la promoción de las producciones.

En tercer lugar, desde un primer momento titubeante frente al Programa Polos hasta el avance de los Fomeca, algunas productoras y organizaciones desarrollaron un aprendizaje en el trabajo burocrático administrativo en la presentación de proyectos y concursos. Esto puede verse en la cantidad de organizaciones que ganaron más de cinco Fomeca a la vez que otras líneas de fomento.

Finalmente, pudimos ver cierto equilibrio entre las organizaciones rurales y urbanas a la hora de participar y presentarse en estas líneas de fomento, y la notable gravitación y respuesta que tuvieron las comunidades de pueblos originarios, especialmente en Santiago, Salta y Jujuy.

¹⁰ Memorias de la Audiencia Pública Norte 2015. Santiago del Estero, 28/8/2015. Ver en <http://defensadelpublico.gob.ar/audiencia-publica/que-son-las-audiencias-publicas/>

►Referencias Bibliográficas

- Albornoz, L. y García Leiva, T. (2017). *Diversidad e industria audiovisual. El desafío cultural del siglo XXI*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentina (2017). *Contenidos Públicos Digitales*. Buenos Aires: Argentina. BACUA. Recuperado de <http://catalogo.bacua.gob.ar/>
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia: políticas de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- Behrend, J. (2011) The unevenness of democracy at the subnational level. *En Latin American Research Review*, 46(1), 50-176. Recuperado de http://lasa.international.pitt.edu/LARR/prot/fulltext/vol46no1/Behrend_150-176_46-1.pdf
- Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (2012-2016). *Qué son las Audiencias Públicas*. Buenos Aires: Argentina. *Defensoría del Público*. Recuperado desde <http://defensadelpublico.gob.ar/audiencia-publica/que-son-las-audiencias-publicas/>
- Espada, A. (2017). Una oportunidad perdida: la ley y los medios sin fines de lucro. En G. Mastrini y M. Becerra. *Medios en guerra*. Buenos Aires: Biblos.
- Follari, R. (2009). Los populismos latinoamericanos como reivindicación de la política. En M. Silveti (Comp.) *Cuadernos de Investigación*/1. Cicyt Unse: Santiago del Estero.
- González, D. (2014). Sujetos e identidades en la escena audiovisual actual. En A. P. Nicolosi (comp.). *La televisión en la década kirchnerista*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Linares, A., Segura, S., Hidalgo, A.L., Kejval, L., Longo, V., Traversaro, N. y Vinelli, N. (2017). Brechas. La desigualdad en las políticas de fomento de medios comunitarios, otros medios e industrias culturales. *En ALAIC Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 13(25), 88-95.
- Marino, S. (2016). *El audiovisual ampliado*. Buenos Aires: USAL.
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Presidencia de la Nación (2009). *Servicios de Comunicación Audiovisual. Ley 26.522. InfoLEG Información Legislativa*. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>
- Picco, E. (2013). Sistemas mediáticos subnacionales argentinos: heterogeneidad y diferencias en contextos neopopulistas. *Revista Íconos*, 46, 83-100. Doi: <https://doi.org/10.17141/iconos.46.2013.132>
- Porto, R. (2012). Informe anual sobre contenidos de la Televisión Abierta argentina. Período 2011 [Archivo PDF en blog]. Ricardo Porto Medios. Recuperable desde http://ricardoportomedios.com.ar/wp-content/uploads/2012/04/Informe_TV_ABIERTA_ANUAL2011.pdf
- Nash, M. (2006). Identidades de género, mecanismos de subalternidad y proceso de emancipación femenina. *Revista Cíob D'Afers Internacionals*, (73-74), 39-57.
- Segura, M. S. (2011). La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática *Revista Argumentos*,(13), 83-108. Recuperado de <http://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/argumentos/article/view/888/774>
- Sorj, B. (2010). *Poder político y medios de comunicación. De la representación política al reality show*. Buenos Aires: Siglo XXI.