



Gaceta

Año 7 - Nro. 70

2011

Medios

Nuevos Canales de Televisión

Ocho frecuencias serán comerciales, y otras tantas para organizaciones sin fines de lucro. También habrá cuatro nuevas señales para celulares. La licitación es considerada la primera gran consecuencia de la Ley de Medios.

Los hogares porteños y del Conurbano Bonaerense verán aparecer en sus televisores ocho señales de televisión comercial hacia fin de año, a las que se sumarán otras ocho de organizaciones sin fines de lucro, y otras cuatro nuevas señales para celulares. Esta es la primera gran consecuencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la llamada Ley de Medios, que apunta a cambiar la forma de mirar televisión de los argentinos después de más de 40 años.

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

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



también se podrá usar para telecomunicaciones e Internet.

El espectro radioeléctrico (el aire) es patrimonio de toda la humanidad y debe ser administrado por los Estados. Sin embargo, en la Argentina los dueños de los canales de aire son los mismos que hace cuatro décadas. Es por eso que las características de este llamado a concurso para que haya nuevas opciones a la hora de ver la tele son históricas.

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

los mismos grupos económicos que se quedaron con los canales de televisión abierta, lo que constituye un monopolio. Es por eso que la ley establece la necesidad y la obligatoriedad de parte del gobierno, a través de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), de democratizar los medios de comunicación para generar una mayor pluralidad de voces.

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

Por ejemplo, algunas señales del Estado transmiten en el canal 22 que se divide en 22.1 Encuentro, 22.2 Pakapaka, 22.3 Tateti, 22.4 INCAA TV y el 22.5 Encuentro para celular (One Sec).

Ya no será necesario estar abonado al cable para tener muchas opciones para ver la tele.

PROCESO DE CONCURSO. Los concursos, que se anunciaron el día del lanzamiento de la candidatura de Cristina Fernández, vencen en un mes y medio. Entre el 9 y el 15 de noviembre se termina el tiempo para comprar los pliegos. Luego, un jurado analizará diferentes aspectos de las propuestas. Una de las principales cuestiones a evaluar es el arraigo, es decir, el compromiso de la señal con la realidad económica, política y cultural de la comunidad en donde emite. También se tendrá en cuenta el nivel de inversión que aportará el empresario y su capacidad de emplear trabajadores y sostener sus puestos. Otra de las características centrales a considerar es el proyecto cultural y comunicacional que se propone. Luego del procedimiento de evaluación del jurado, cada oferente obtendrá un puntaje. Los cuatro mejores se quedarán con las frecuencias, y el primero se lleva de yapa el One Sec, o sea, la frecuencia para transmitir a celular.

Los ganadores deberán explotar el servicio hasta que

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

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

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

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

En concreto, además de generar más trabajo para productoras independientes, actores, técnicos, periodistas, guionistas, maquilladores, vestuaristas, diseñadores y locutores, dentro de muy poco estos nuevos canales de televisión de aire van a estar gratis a disposición de todos los televisores argentinos. Ya no será necesario estar abonado al cable para tener muchas opciones para ver la tele.

Gimena Fuertes