

# **ANEXO N° 1**

## **Entrevista a ALEJANDRO basile–dueño DE CANAL 3 PINAMAR**

### **1. ¿Cómo surgió la Idea de montar una canal de TV?, ¿Por qué en esta ciudad?**

AB: Por las propagandas, que estaba haciendo a nivel nacional, y que podíamos tener la posibilidad de tener un canal. Nunca se me había imaginado que podía tener una licencia. Que cuando cambió le dio la posibilidad a muchas personas poder tener una licencia.

Y, porque yo soy de Pinamar y no existe un canal de aire en la ciudad. Sería el primero y por el momento único. Yo me vinculé, hice todos los trámites para el censo. La licencia definitiva no está, esto va a salir en un año las licitaciones, para que queden definitivas. Tenemos una licencia provisoria. Donde ya estamos al aire. Y lo vamos a convertir en canal digital, para salir por el canal 35 del TDA. Hasta que lleguen los cupos para la licitación podemos funcionar con la provisoria.

Pasan a medir la señal, ya midieron que estamos en el aire, hacen ese censo. Y que programación tenés, tienen que ser contenidos zonal. O sea de contenido autóctono, un 60%, o un 80%.

### **2. ¿Qué Rol cumple o que vínculo posee con el medio?**

AB: Soy el dueño del canal, con una sociedad cautiva que Luis María todo lo que va a ser la producción y contenido al aire.

### **3. ¿Qué tipo de público desean captar con este proyecto?**

AB: Queremos captar a todo el público de Pinamar, esencialmente. Y el canal darle un sentido que vean un canal de verdad, no muy de pueblo. Si vamos a transmitir la noticia en tres horarios al día. Dar realmente la noticia local, sea política, deportiva, social, cultura, y todo lo que se puede hacer en Pinamar.

### **4. ¿Qué tipo de canal desean construir?, ¿Con qué Perfil?**

AB: Pinamar creo que es una palabra que ya está registrada. Cuando vos decís Pinamar te viene una imagen a la gente, de los médanos y cosas, que le da alegría a la gente, y nosotros queremos generar eso. Una identidad positiva.

Un perfil que la gente vea las playas, las construcciones que se realiza. Todo lo que sea autóctono del lugar. Y abarcar toda la gente. La parte social toda. Es una canal que no tiene restricciones porque lo puede ver

cualquiera, está en el aire, es gratuito, no es que tienen que pagar una cuota mensual, o sea que llega a todos los que lo quieran ver.

**5. ¿Con que criterio diseñaron el Logo del Canal?**

AB: Que somos de Pinamar, para Pinamar. Y los colores el verde, que son el color de la playa, un amarillo tipo arena. Y tiene un rojo pero son los colores que cromáticamente se puede combinar, eso no es mi fuerte. Que llame la atención, que sea dinámico y que caiga bien a la vista

**6. ¿Qué objetivos poseen a corto plazo?**

AB: Estar con programación nuestra, y a medida del año que viene estar haciendo los cambios para entrar en el TDA 35.

**7. ¿Qué zonas del Partido de La Costa desean cubrir?, ¿Por qué?**

AB: Y si transmitimos pegando el salto en la potencia llegamos a Madariaga, Mar de Ajó. Y con una estructura más alta. Es una parte del partido de la costa, hasta Mar de Ajó vamos a llegar perfectamente bien, Villa Gesell, Cariló, Ostende, Valeria, Madariaga y Pinamar.

**8. ¿Hasta dónde proyectan expandirse? ¿Qué metas desean alcanzar?**

AB: No sé cómo serán los trámites, si llegamos al puntaje como corresponde y tenemos un buen canal, una buena imagen, veremos de subirlo a las antenas públicas. Saldríamos por la TV digital que está haciendo el AFSCA, porque eso es lo que quiere el gobierno nacional. Hoy se están viendo 11 canales que no son ninguno de acá. Así que si logramos subirnos nos verían en todo el país. Y a ser un canal en serio. Como uno de capital. Con la tecnología y el nivel humano, la preparación que es lo elemental.

**9. ¿Qué contenidos desean transmitir principalmente?, ¿Por qué?**

AB: Noticias culturales, deportes, todos tipo de contenidos. Estamos por hacer grabaciones en obras de teatro, lugares donde la gente a veces por sus trabajos no puede llegar y después lo podrán ver en su casa. No dejarían de ir, porque lo pasamos después de la temporada para los que ya no pudieron verla y la obra terminó. Los programas van a ser todos locales, de cocina, de medicina, todo lo que nos lleva y nos hace caminar día a día. Hay muchas personas que necesitan conocer cómo se mantiene la alimentación a los chicos para que no sea tan chatarra. Cosas medicinales con psicólogos, médicos, que están dispuestos a hacerlo. Respecto de los documentales tenemos y cada vez se va agrandando más.

**10. ¿Cómo se encontraría armado el Equipo de Producción?**

AB: Tenemos un reportero que filma y está en la calle, un editor que edita el material según, los que se bajen o se graben personalmente. Un sonidista, el director, y la todo lo que es parte técnica. Se va a cubrir y después se elige que se pasa y que no.

**11. ¿Cuáles serían las diferentes áreas de funcionamiento?**

AB:, edición, sonido. Que son todas islas que se van formando. Y la parte operativa donde hay un operador que está manejando las imágenes que se van pasando. La parte publicidad la va manejar Luis María cuando crezca el canal.

**12. ¿Consideran necesaria estrategias para potenciar el funcionamiento interno del Canal?, ¿Y para transmitir la Línea Editorial a los integrantes del canal?**

AB: La identidad la tenemos muy clara y no nos vamos a mover de eso. No va a haber restricciones, no hay una bajada de línea de esto sí o no, hay que pasarlo se pasa. Vamos a tratar de pasar todo. Hay cosas que seguramente no puedes pasar según el horario, por ejemplo un accidente. Pero no va a salir nada al aire sin que Luis María lo ve primero que tiene experiencia en esto.

Y cómo se lo va a decir porque hay formas y formas de contar la noticia. Vamos a tratar de que llegue a la gente lo que sucedió. No lo que pensamos qué puede ser o podría haber sido.

**13. ¿Cómo pretenden instalar al canal en la zona?**

AB: Vamos a poner las antenas en distintos puntos neurálgicos de la ciudad, estaciones de servicio, comedores, en escuelas, en hoteles, bares. Y unas 5 o 6 cámaras IP distribuidas en la ciudad y en Cariló y Valeria. Que son cámaras fijas que están en un lugar como la playa, las que ves cuando pasan por televisión y dicen mirá como está la avenida tal, nosotros no tenemos el problema del tránsito, pero en la temporada...

Las antenas las donamos como una inversión. La gente que tenga DirecTV le vamos a poner la antena porque tenemos los elementos para hacerlo. Le vamos a preguntar si quiere tener el canal y le instalamos la antena.

**14. ¿Consideran necesarias inversiones en publicidad y merchandaising?**

AB: Tenemos pensado hacer vasitos, remeras, lapiceras, pero más adelante. Eso lo vamos a tener.

**15. ¿Cómo proyectan al medio en 5 años? Y específicamente, ¿qué proyectan con respecto a la estructura del canal?**

AB: Yo creo que el primer año las cosas van bien vamos a poder ir superando nuestra expectativa. A donde vamos a tener estudios más grandes, la antena de por lo menos 72 metros para sortear todos los montes de pinos que son difíciles de sortear.

Se van a hacer encuestas permanentemente para saber que quiere la gente. El canal es de Pinamar y para Pinamar si no hacemos eso estamos muertos.

Me gusta, asique yo creo que tratamos de hacer lo que uno le gusta. Yo en la parte más bien lo técnica, lo otro si me desarrollo puedo ir cubriéndolo muy bien. Comencé varios proyectos que a Pinamar le hacen falta que estuve trabajando en vertedero con efecto invernadero. Pero siempre se encuentran obstáculos y no lo podes lograr. Entonces esto es más bien privado y lo hacemos. Las otras siempre se truncaron por la falta de voluntad política. Por eso estoy en la parte privada. Tengo una radio que va a estar vinculada con el canal y con una radio de Mar del Plata que es Estación Vinilo y vamos a hacer este puente allá.

## **ANEXO N° 2**

### **Entrevista a LEANDRO LWICKO 'el inge' – DIRECTOR DE CANAL 3 PINAMAR**

**1. ¿Qué Rol cumple o que vínculo posee con el medio?**

LL: Me consideran el director. Trato de hacer todo lo posible para hacer funcionar el canal de la manera más eficiente.

**2. ¿Qué cantidad de personal posee el Canal?, ¿Qué roles cumplen?**

LL: Hoy estamos divididos en tres grupos, el grupo que se dedica a salir a la calle a buscar notas e información, y hacer grabaciones que traen al canal, que se editan y luego se emiten. Tenemos otro que se encarga de armar todo lo que es el aire, el playlist, armar toda la lista del aire de todo el día. Y lo que es programación, no es la programación del canal, sino que me refiero a programar aplicaciones específicas para todo lo que es la automatización del sistema, como somos en parte un 'info channel' hay información que hay que levantar de internet, entonces se generan programas específicos que nos permiten automatizar el sistema. Estábamos a media máquina porque había cosas que había que cargar manualmente, y eso implicaba tiempo.

Ahora recurrimos a la persona que se dedica a hacer la carga del playlist, que también es programador, para que haga esa tarea también cuando termina de hacer la lista del canal que sale durante el día, que se carga en el sistema erbox.

Yo específicamente me estoy dedicando a lo que son avisos comerciales y lo que es estética del canal. Queremos generar una nueva imagen del canal para hacer una nueva imagen del canal que este más vinculado a la gente de Pinamar.

### **3. ¿Cómo describiría la Identidad del medio?**

LL: Cuando estaba el otro director, quería que fuéramos un canal de elite, lamentablemente no podemos considerarnos un canal de elite porque ya que las notas que hicimos por la calle nos demostraron que la gente que nos ve no es la gente de elite, que ya tiene cable o Directv; la gente que nos ve es la gente que no tiene tantos recursos como para poder acceder a ese servicio, y hasta nos puede ver por internet.

### **4. ¿A qué público apuntan?**

LL: Y, por ejemplo estábamos poniendo las tapas del New York Times o el Washington Post, y nadie las veía ni las entendía. Y dijimos acá hay una gran comunidad de Bolivia, ¿porque no poner las tapas de los diarios de Bolivia y Perú?, en el segmento de noticias internacionales, e hicimos eso y gustó mucho. Porque la gente de la colectividad boliviana y colectividad peruana que son muchos acá, se informa por ahí.

Estamos tratando de abocarnos a que el canal sea un canal pinamarense, con la gente de Pinamar y no solo con la elite. Un canal que sea el canal de la ciudad, y se apunta a la gente de todo el año. El turismo no nos da de comer. Por eso apostamos a los locales. Cuando te hablo de publicidad te hablo de locales que están abiertos todo el año y hacer una propuesta comercial acorde a su bolsillo.

### **5. Con respecto a su organización interna, ¿cómo se organizan con los horarios y las tareas?**

LL: A las seis llega Ariel, y por lo general yo también. Tengo que entrar a las 8.30 pero siempre estoy antes porque soy un enfermo. Normalmente Ariel se encarga de bajar todas las noticias que van a salir a la mañana. Porque las noticias de la mañana son las de la noche anterior, y se suman las noticias locales que se pudieron hacer a la tarde del día anterior. Si es algo urgente se edita en el momento pero si es una nota de color no tiene sentido y se manda al otro día.

En este momento por ejemplo está Cristian haciendo notas que va a venir a editar a la noche. Sus horarios son variables y hay que ser comprensible porque a veces se queda hasta las dos de la mañana cubriendo un evento no poder pretender que entre a las 8 de la mañana. Entonces si cae a las 10 porque tiene que cubrir una nota está bien. Ya no somos muy estrictos con su horario, es muy importante que traiga el material y lo está haciendo y está bien.

Los que cumplimos un horario estricto somos Ariel que se queda de 6 a 12. Y mi horario es de las 8 hasta las 14, y de las 17 hasta que termina, no tengo horario. Nos llevamos bien los tres, hay discusiones pero tiene que ver con cómo mejorar el canal, y son discusiones nobles, positivas, no negativas son para mejorar el producto. Hacemos reuniones, nos juntamos a la mañana, organizamos las salidas que se tiene que hacer, que tiene que hacer cada uno.

**6. ¿Y cómo se comunican?, es decir, ¿cómo se transmiten las cuestiones organizativas, de edición o de último momento del canal?**

LL: Nos comunicamos verbalmente las responsabilidades día a día, pero cada uno tiene un informe con las obligaciones que tiene que cumplir y lo firmaron antes de entrar al canal. Eso está hecho, cada uno tiene tareas designadas de las cuales no puede escapar.

Yo voy organizando, para que no haga cada uno lo que quiere. Por ejemplo la otra vez se bajo una nota donde había mucha sangre y un bebe muerto y se lo mostraba en las imágenes. Siempre se chequea el material, era una nota que venía de ucrania pero siempre se chequea. Esas cosas no las podemos poner al aire, esas notas se filtran.

LL: Somos uno de los pocos canales que veo a nivel nacional, que informa sobre lo que pasa en el ámbito internacional. A penas ponen algún dato, pero lo que está pasando por ejemplo en medio oriente, en Argentina nadie sabe nada. Los únicos que informamos somos canal 3 de Pinamar parece un delirio.

Había algo que decía Cristina Fernández de Kirchner, que era cierto, que hay que informar sobre lo internacional porque la argentina no es una isla. Vivimos en un mundo globalizado y donde lo que pasa nos va a afectar. Estoy a favor y en contra de muchas cosas de Cristina, pero en eso estoy de acuerdo, no puedes mostrar solo lo que pasa acá. Como lo ves en los medios de capital, el morbo vende pero no informa.

**7. ¿Con qué otras limitaciones cuenta el medio?**

LL: El canal está funcionando, “si anda no lo arregles” dice el refrán. Pero necesitamos tecnología, digitalizar el canal, para acceder un grupo quizá reducido pero a un grupo de personas que tiene el sintonizador incorporado en los televisores, cosa de poder captar ese mercado, no depender de una antena analógica.

Tratar de ingresar en el cable, tema importante es que nos incorporen en la señales de cable. Necesitamos mejorar cierto equipamiento, cambiar algunas computadoras, y cámaras. Pero básicamente el canal está saliendo bien y está saliendo en alta definición. En este lugar estamos cómodos. No es un canal de tv, un estudio de televisión no tiene ventanas, está acustizado, tiene parrillas de iluminación, tiene cámaras montadas. Todavía no sacamos el noticiero con un conductor al aire, no sé cuando lo haremos. Será el día que cambiemos las cámaras y podamos armar toda la iluminación. En lo que es estudio estamos en el 50%, en lo que es aire estamos al 100%.

Nos gustaría poder cambiar el equipamiento como para poder mejorar cuando sea la digitalización y poder salir en full HD. Es un lugar como y práctico. Nos falta el tiro de cámara, hay que correr los muebles, estamos bien, hay que hacer algunos cambios pero eso depende de los ingresos del canal, y nos estamos moviendo mucho con eso, con la venta.

El canal no es que no funciona, que no sirve sino que nunca arrancó. Desde mayo que estoy yo que jamás se salió a vender el canal. La venta de publicidad es fundamental, porque no se puede decir que este medio no funciona porque jamás se probó si funcionaba, porque nunca nadie salió a la calle a venderlo.

## **ANEXO N° 3**

### **Entrevista a pablo Federico ‘el pollo’ –ex DIRECTOR tv4 pinamar**

#### **1. Qué relación tiene con el medio?, ¿Ha trabajado en otros medios anteriormente?, ¿Cuáles?**

PF: Ellos cierran el canal. Por ser el único canal, llegamos a un acuerdo y empezamos a producir para ellos. La historia que conocemos todos.

Bueno depende, si sos oficialista o si sos liberal. Si sos oficialista ya la sabes, si sos liberal te crees que Cristina Fernández de Kirchner es una dictadora. Pero la gran realidad es lo que ha pasado, el cable de Madariaga, había dos cables, a uno le daban el futbol a otro no le daban el futbol, uno se fundía y después te lo compraban. Se quedaron con 350, 400 cables de toda la provincia de Buenos Aires. No podes zafar, es como que “Cabreres” se ponga en la equina a venderme café a la mitad de precio, no vendo nunca más un café, después me lo termina comprando. (Haciendo una analogía con su actual trabajo que es dueño de un bar)

Esto es más política. Se quejan del fútbol para todos. La televisión hoy es política, no existe más la televisión y te digo como tendríamos que terminar la entrevista: “la televisión fue” hoy es internet. No la forma de hacer televisión. Es un medio totalmente obsoleto.

Acabo de alquilar una casa a unos chicos jóvenes, no trajeron notebook, no pidieron televisión, no pidieron teléfono, con lo único que vinieron es con sus “SmartPhone”, lo conectan a unos parlantes y escuchan música. Lo único que me pidieron es “Hay Wi-Fi”... no pidieron cable, monitor, plasma, nada. Cada uno está en su mundo.

Hoy los programas de televisión son como los hacía yo hace diez años. Me adelanta a la época pero nunca tuve los recursos o el marketing para que explotara.

Yo soy especialista en hacer televisión de bajo costo, hoy la televisión se traslada a internet. La forma de ver televisión murió. Porque DirecTV está transmitiendo datos, no está transmitiendo. La posibilidad que tenés es de pasar pantalla por pantalla pero está transmitiendo datos. Es como para de video en video en Youtube, pero como le explicas a un abuelo lo que es eso.

Un ejemplo son los controles remotos de Philips, que tienen expandible el teclado. Ahora ya todos los teléfonos se comunican directamente. Entonces hoy con el teléfono que reemplaza el control remoto, escribís “directv.com/futbolParaTodos” y lo buscas. Que es más fácil que acordarte de los cientos de canales.

Las nuevas generaciones simplifican, y mi madre se pierde en el control de DirecTV. No encuentra, ¿y cuál es? ¿El doscientos y pico? Acostumbrados a los pocos canales.

Yo me suscribo a 678, yo no lo miro 678, pero cuando yo lo quiero ver ya en youtube me aparece el video de tal, y lo apreté y lo veo en el momento que puedo, estando en el baño, viajando en la ruta, cuando mi hijo está en el tobogán, la forma de consumo ha cambiado. Por eso muere la forma de transmitir Televisión, no la forma de hacer Televisión.

## **2. ¿A qué público apunta?**

PF: Se lo que tiene, lo que si considero que Pinamar ha crecido mucho de los '90 hasta ahora. Yo tenía un Pinamar en la cabeza que después me fui dando cuenta que Pinamar era. Y ahora encuentro un Pinamar que como producto está totalmente desunido.

Cuando tiraron cable, tiraron un muy mal cable entonces tuvieron que empezar a reemplazar. Entonces mucha gente te pedía y no te daban cable porque no era bueno. Entonces se dedicaron a reemplazar todo lo viejo y no seguir cableando más. Había gente que tenía el cable en frente, como en la época de Entel que no tenías teléfono, más o menos lo mismo

Acá DirecTV creció muchísimo porque el cable no llegaba. ¿Qué género?, que gente que es de Pinamar y que putea porque no puede ver el canal local. Porque tiene DirecTV porque los otros no tienen acceso. Y Hoy el cable local es muy bueno porque tiene alta definición, porque tiene internet pero no en todo Pinamar. Gesell, Madariaga, los cables tuvieron su tiempo de penetrar y tienen casi el 95% de penetración.

Le sacaste armas al canal local. Antes de DirecTV el canal local era el padre nuestro de todos. Todo pasaba por el canal, hasta que estuvo yo todo lo que pasó, pasó por la televisión. Hoy tengo que reconocer que me adelanta a muchas cosas pero nunca tuve el apoyo de la capital cable, me dijo “dirigilo vos y encárgate vos”.



Para ellos es una pérdida, no saben reconocer la ganancia que tienen. Lo manejan como empresarios, no les importa, pero el canal local por ejemplo en Gesell es importantísimo.

Porque antes de los diarios de mañana está el noticiero de hoy la noche. Y las radios que hablan de noticias hablan a la mañana; no hablan ni a la tarde, ni a la noche. Se pelean por la mañana, pero nosotros teníamos la noticia fresca de la mañana la pasábamos hoy a las 8 de la noche. Y el diario recién sale mañana, así que si vos veías el noticiero ya te enterabas de lo que había pasado que es lo normal.

Los noticieros en Buenos Aires son tan berretas que se manejan hoy: tiempo, autopista, el perrito extraviado de no sé qué... y ahora como quieren instalar la “violencia”, entonces pasan actos de violencia que siempre hubo.

Pero el canal local de acá tenía otro perfil, que era el perfil de las radios de campo. Las radios de campo pasaban música, y vos cuando ibas a la radio, levantabas el pote y decías: “Pedrito te está esperando con la camioneta porque se le rompió la tranquera del coso, avísele a doña María que voy a llegar tarde” y bajaban el pote. Eso era la radio antes.

Yo cuando entro en el 2003 no tenía plata para poner un subtítulo en tiempo real. Y no existía el twitter, el facebook, hay gente que nació con el facebook. Y yo tenía por ejemplo, lo que logro hacer en una buena medida el canal 76 de Mar del Plata, los hermanos estos de MDQ. Ellos consiguieron mucha financiación, buena plata, pero lo bancaron 5 o 10 años con plata de ellos. Y hoy es un canal de publicidad local, con cámaras de Mar del Plata, con mucha publicidad e informes.

Eso es lo que había hecho yo en 2003. Puse un subtítulo. Badía me había dicho que le había puesto mucha grafica a la televisión. Y en realidad era una pantalla de computadora, viste los canales de información financieros que pasan información por acá, por allá, por todos lados.

La información que vos pasaras, ni si quiera que vos me mandabas un mail, y yo lo tenía que abrir.

### **3. ¿Cómo se solventa/solventaba la financiación del Canal?**

AE: Nosotros que estábamos trabajando de forma independiente llegamos a un acuerdo para trabajar para ellos indirectamente. Yo no soy el creador del canal, fue como la época de la privatización. Pero es una gran mentira, yo siempre trabaje para La Capital Cable.

Pero cuando yo salía a buscar publicidad y decía “canal 4” la gente no me compraba porque me decía es una porquería entonces lo empecé a llamar “vivo Pinamar” que fue en 2003. Que era “Canal 4 Vivo Pinamar”. Era como un gerente, encargado.

Lo que pasa que yo pateaba la pelota, cabeceaba y atajaba los goles. Hacía todo. Porque canal 4 tiene dos historias la del nacimiento, como canal local, pero funcionaba en una época que transmitían dibujos

animados, películas. Tenían una programación completa como canal. Cuando yo lo agarro no nos dedicamos a pasar películas y dibujitos porque con los derechos de transmisión es otra época.

Nosotros empezamos a producir todo, me dijeron encárgate vos. Yo fui gerente, director, creador, editor, conductor, cobrador, armador de publicidad. Es muy común de Pinamar. Y encima tenés que vender la publicidad que es lo más difícil para pagarte el sueldo, básicamente el sueldo está sacado de la publicidad.

Si yo fui el director por 10 años del canal. Algunos que no saben te dicen vos sos el dueño, para ser el dueño tenés que comprarlo yo nunca tuve la intención ni se puede comprar. Porque estamos hablando de millones de dólares.

El cable el canal local, es una mentira, que en este momento es el AFSCA pero en su momento era el Comfer que le da la obligación de tener un canal local, con una grilla local, con transmisión local, y con empleo local.

Y como eso no lo cumplía LCC lo empezamos a hacer nosotros. Porque nosotros nos quedábamos afuera, estábamos empezando a hacer publicidad, a otros los despidieron y fue como que los volvieron a tomar pero en negro.

#### **4. ¿Qué cuestiones no debía pasar por alto un medio regional?**

PF: Yo tuve muy en claro que siempre apunte al pinamarense, no al turista, no al turista. Porque es un canal local, porque con HBO llegamos a un acuerdo, ellos no pasan noticias de Pinamar, y yo no paso películas. Es un arreglo con HBO, Cinemax, porque en el momento que yo empecé a hacer el canal local, ya estaba muy avanzado.

Matiasich fue el primer creador del cable de la Provincia de Buenos Aires debería estar en la historia del cable, y ahora tiene un cable en Ayacucho creo. Pero él Fue el primero.

#### **5. ¿Cómo influye lo local a la hora de la producir contenido?**

PF: Empiezo a editar y cuando termino el Noticiero me quedaron 12 minutos. Empecé a sacar lo irrelevante, lo repetitivo, lo que no servía. Y le dicen a un amigo, la imagen de Vivo Pinamar buenísima, pero cuando me senté a ver el noticiero ya había terminado.

Porque yo lo edité como en Buenos Aires. Nota de minuto y medio, informe de tres minutos. Y acá cada uno que habla si vas a hacer la nota de diez minutos. Por los costos. En la radio levantan un teléfono y te sacan al aire. En cambio yo tenía que ir, poner el trípode, enfocar, que no te falle la cámara, que la luz, filmar, volver, levantar la imagen, editarla, comprimirla, ponerla al aire, prender las luces poner un conductor y sacarla al aire, una locura.

Entonces el noticiero dejó de ser noticias, una porquería, un afano. Lo hacen solamente políticamente, no existe para otra cosa. Clarín vive del clasificado y del cable. Y todos los noticieros están marcados por el cable cuando le saquen el cable si ya son una porquería ahora... no se pueden ver.

## **ANEXO N° 4**

# **Entrevista a SAMUEL CALANDRON – PRODUCTOR Y CONDUCTOR DE CANAL 3 DIVISADERO SRL**

### **1. ¿Qué relación tiene con el medio?, ¿Ha trabajado en otros medios anteriormente?, ¿Cuáles?**

SC: Yo produzco y conduzco el noticiero, y a su vez hago un programa de interés general una vez por semana.

En medios radiales, hace 42 años que estoy en la actividad periodística. Desde que comenzó la radio en Madariaga, hace 44, 45 años va a ser, asique ese es el tiempo en el que estuve en los medios, con diferentes alternativas.

Después trabajé en el primer medio televisivo que hubo en Madariaga, que fue en otro canal, y estuve 8 años en la función pública, municipal. Reinicié en este que hace 19 años que estoy.

### **2. ¿Y cómo se llamaba el primer Canal?**

El primer medio se llamaba canal 4 Cavimar y este es Canal 3 divisadero SRL.

### **3. ¿Qué cantidad de personal posee el Canal?, ¿Qué roles cumplen?**

SC: Creo que aquí diariamente somos 15 personas trabajando. En diferentes roles, hay administrativos, personal que trabaja en la calle con el tendido de redes y prestación del servicio técnico, personal técnico que trabaja aquí adentro (del canal), se brinda servicio de internet también, y después quienes trabajan en la edición del programa, en la parte periodística y los camarógrafos.

Es un medio privado que presta el servicio de televisión por cable. Se están brindando unas 50 señales, incluidos un canal local con programación local. El nombre del canal es el mismo que el servicio de cable.

### **4. ¿Cómo describiría la Identidad del medio?**

SC: El canal está abocado a la actividad local. También hay unos programas de carácter zonal, que se generan en Santa teresita por ejemplo y se pasan acá. Otros que se generan en Villa Gesell, y se pasan acá.

Con respecto a los noticieros, prácticamente de los medios somos el primero en haber estar regionalizados. El noticiero nuestro se pasa en Pinamar y en Villa Gesell, y nosotros pasamos el de Canal 4 de Pinamar y el de canal 2 de Gesell. Fundamentalmente con Villa Gesell son con los que tenemos mayor intercambio de programas.

Por eso te digo, cuando hablamos de regionalización, hace varios años que lo venimos haciendo, somos estas tres empresas, con el intercambio de los noticieros como así también de algunos otros programas, fundamentalmente con el canal de Villa Gesell es con el que tenemos mayor relación de intercambio de programas. Con Pinamar tenemos menos relación porque es de La Capital Cable, una empresa más grande.

##### **5. ¿Tiene en cuenta la identidad del canal al momento de realizar su trabajo?, ¿Cómo la aplica?**

SC: El noticiero es local completamente. En el programa de interés público, también es local. Y lo deportivo, también es local y ahí si ya vamos a información de la zona, porque estamos deportivamente interrelacionados. Hay competencias eliminatorias que están regionalizados.

Después hay otro tipo de programas que están con la destreza nativa, todo ese tipo de actividades, folklore, que tiene relación con la región, con la parte del campo.

##### **Se reitera y explica la pregunta asociado a la identidad visual de la empresa, si se aplica al momento de trabajar.**

SC: En mi caso que hace 19 años que estoy acá, en el canal me marcaron las pautas de cómo era y que era lo que le interesaba. En función de eso tenemos una coincidencia, por eso estoy acá. No me imponen determinadas condiciones, que son nada mas de mantener un equilibrio y una línea que tiene el canal que yo la comparto. Y en base a eso se produce y se hace el noticiero.

Esto queda en claro ya que no somos muchos, dos o tres que manejamos la parte periodística, 2 que editan, dos camarógrafos, y cada uno está en lo de ellos. En mi caso como hago las entrevistas y conduzco el noticiero es sencillo, te estas basando en una línea donde tenes que mantener ese equilibrio. Respondo al director del medio lógicamente.

Las directivas principales son Seriedad, respeto y decir la verdad. Y no hay compromisos absolutamente con nadie, de ninguna característica. En una ciudad como la nuestra no hay compromisos políticos y nos conocemos todos. Y yo tengo 68 años, hace más de 40 que trabajo con prensa, todos los que están trabajando en el ámbito comunitario, institucional y político, son menores que yo. Conozco a sus familias, los conozco a ellos, en algunos casos he conocido a sus padres cuando estaban de novios. Esas ventajas las

tienen ciudades como las nuestras, muchos de ellos me conocieron a mí por la radio y por la pantalla de la televisión

## **6. ¿A qué público apunta?**

SC: Por ser un canal de cable que se nutre de sus abonados, prácticamente la audiencia es cautiva. Así que vos estas llegando a toda la sociedad. Así que no tenemos una inclinación a un determinado público, y dentro del noticiero abarcamos todo ese espectro.

Por ejemplo, tenemos ahora va a venir un jardín de infantes, y yo les voy a mostrar cómo funciona el canal, como sale la señal, les explico y los hago mirar al cielo para que vean que allá arriba hay un satélite, se le muestran las antenas parabólicas y después los traemos acá al estudio donde ellos están acostumbrados a verme y en ese ratito ellos me ayudan a conducir. En el caso de ser un instituto secundario, ya ahí les doy otro tipo de explicación del recorrido dentro del medio.

## **7. ¿Cuándo ustedes arman la programación del Canal utilizan una lógica para abarcar a todo el espectro?**

SC: Con el aniversario del Jardín, ahí estas apuntando al pequeño, a los padres. Somos una ciudad con mucha actividad cultural, donde están los adolescentes y donde está el mayor. Todo eso se cubre y se va manejando a través de la información que tenes diariamente y semanalmente para ir volcándolo al noticiero.

## **8. Con el noticiero abarcan a éste público, ¿Qué otros programas hay?**

SC: Hay uno deportivo, uno de interés general y después estamos dentro de lo que cubrimos con la región. También un panorama agropecuario que está dirigido ese puntualmente a la gente del campo, es decir, a aquellos que tienen campo y les interesa esta información, que viven acá en la ciudad pero se dedican a la ganadería, a la agricultura, profesionales como ingenieros agrónomos, veterinarios, en fin, el Partido de Madariaga se caracteriza por eso, por la agricultura y la ganadería.

## **9. ¿Qué relación posee el medio con el público?**

SC: Y es la diaria, acá fundamentalmente la base es el espacio de noticias, la gente además se acerca por ser un sistema de abono, en el edificio funciona todo, funciona la parte administrativa, funciona la parte periodística y la parte técnica. Por la parte periodística si porque hay un contacto directo, al ser una

comunidad chica saben a dónde nos encuentran. Yo tengo compañeros que trabajan en otros medios. Uno trabaja en Radio tuyu, el Mensajero de la Costa y con nosotros. Mi relación con todos los medios que hay en Madariaga es directa. En la mayoría de ellos he hecho algo y en la mayoría alguno trabajo conmigo.

Y con la gente también, si alguien tiene una inquietud mi número telefónico lo tiene todo el mundo, entonces agarran el teléfono y te dicen: "acá en la esquina pasa tal cosa, ¿porque no te fijás?" o "tenemos interés de esto". Entonces es muy directa la relación.

#### **10. ¿Hay algún whatsapp oficial que tenga el canal?**

SC: No, directamente me escriben a mi o al Facebook mío o de alguno de los chicos de la producción. Todo por Facebook, whatsapp, además te lleva en mi caso que ya soy una persona grande me tuve que acostumbrar a todo eso también.

#### **11. ¿Qué cuestiones no debe pasar por alto un medio regional?**

SC: Todo, fundamentalmente lo cultural, lo deportivo, lo político, lo policial. En el espacio de noticias, diariamente tenemos seis notas, seis caras diferentes. En una población de 20 mil habitantes como la nuestra, te diga que tengo que tener seis caras diferentes el día lunes, si es fácil, pero tener 35 caras en la semana diferentes, no es fácil. Hay que trabajar en base de eso.

¿Quién es el que mayor información genera en una comunidad como la nuestra?, el municipio. Entonces algunos se quejan, "Parece un noticiero municipal" te dicen, no es un noticiero municipal. Si, informamos de las actividades que se desarrollan en todo el ámbito de la comunidad. Pero temas una Secretaría de Cultura, Secretaría de Deporte, Secretaría de Obras Públicas, la parte contable, lo que hace el intendente y sus secretarios. Entonces cuando salís a buscar la información, la mayoría la produce el municipio. Siempre vas a estar ligado. Y después temas lo institucional, el consejo deliberante, las reuniones de comisión. Nosotros seguimos ese tipo de información porque además el abonado, y me refiero a quien está pagando un servicio, también lo requiere y es lo que vos le estas prestando.

#### **12. Y en cuestiones organizativas internas y externas ¿qué no debe pasar por alto un medio regional?**

No, y la organización ya está muy definida, porque prácticamente todos los días es lo mismo, yo llego al canal a una determinada hora, ya el camarógrafo está esperando o llegamos juntos y ya salimos al aire. Vos previamente podes hacer un producción que la haces el día anterior o la haces a la mañana antes de salir. Si yo voy a salir a las 10, a las 8 puedo empezar a trabajar a través del teléfono, contactarme con vos, ves que es lo que tenés, ya dejo prevista una nota para determinada hora. Hacemos eso, y después mientras yo salí a que voy hasta la Secretaría de cultura a hacer una nota, por ese trayecto – como esta es una ciudad donde

nos conocemos todos – me encuentro con alguien que puede tener algo, me paro, converso, ¿Qué es lo que tenés? ¿Qué es lo que no tenés?

Otras cosas las sabemos desde el punto de vista organizativo, determinados eventos con determinadas características que sabemos que van a estar. Después ese material se viene al mediodía y se le deja al editor, se saca la tarjeta de la cámara y él baja todo el contenido. El proceso es rápido porque es todo digital. Bajas las 3, 4 notas y después a la tarde volvemos a salir.

Esto es para el noticiero, después yo hago un programa de interés general los Jueves, consta de un ida y vuelta con el invitado. Yo ya se lo que voy a hacer este Jueves por ejemplo, va a ser de carácter político con gente del frente renovador. También puedo entrevistar a alguien de una institución, o por ejemplo un ciudadano de Madariaga que cumplió 95 años- podemos hablar de su vida de su trayectoria, recordar cosas del Madariaga de antes. Podemos hacer algún programa con Turismo, o ahora viene también la expo rural y hablo con sus organizadores.

Entonces vos todo eso lo vas planificando, pero también te ocurre que llegó el día miércoles y no tenés nada. Entonces el jueves a la mañana salimos corriendo a ver qué es lo de mayor importancia que puede haber y tratar de obtener el invitado, porque lo tenés que tener.

**13. ¿Qué limitaciones técnicas enfrenta el medio?, ¿Cómo las resuelve? , ¿Qué les haría falta adquirir?**

Y bueno, las tenés, sería lindo tener un espacio más grande físico para el estudio, pero no hay capacidad entonces te manejas en base al espacio que tenés. Después hoy ya está todo digitalizado, como verás hay tres cámaras fijas dentro del estudio, las tres son digitales, también tenemos tres o cuatro cámaras digitales que salen a la calle. En el banco donde está la parte de edición también está digitalizado.

**14. ¿Es decir que en todo lo que está digitalizado no tienen ningún problema técnico?**

Si, si las tenés, se te cuelga una compu y suele ser con la que estas saliendo al aire. Con las cámaras no solemos tener inconvenientes, el riesgo más grande cuando estás saliendo en vivo como en el noticiero, el programa de deportes y el de interés general, podés estar pasando la publicidad y en ese momento se te colgó la computadora y no podes pasar las notas que tenés. Yo suelo tener 6, 7 u 8 notas grabadas más la publicidad, y se a colgado la computadora y no sale la seña y bueno, tuve que parar.

**15. ¿Con qué otras limitaciones cuenta el medio?**

Para lo que es el medio estamos, tendríamos que tener un Dron ya pero bueno. Igual no todos lo tienen, creo que los medios regionales todavía no tienen, salvo algún integrante de manera personal.

Para el servicio que damos creo que estamos más o menos acorde. Por supuesto que siempre uno quiere tener más en todo, más producción, programas, pero todo eso pasa por una cuestión económica también.

**16. ¿Cómo se solventa la financiación del Canal? ¿Cómo se da a conocer el canal?, ¿Posee algún tipo de actividad publicitaria?**

SC: A través de los abonados, hay publicidad pero muy poca. No hay un mercado publicitario en Madariaga, como para la televisión. Vos sabes que la publicidad televisiva es la que mayores costos por la producción lleva. Si tuviéramos un mercado publicitario otras serían las condiciones y habría mayores posibilidades de programación.

Nosotros nos publicitamos por radio y por medios gráficos como por ejemplo en el Mensajero de la costa. Al ser un canal de cable lo tienen todos, ya nos conocen. Mañana le tengo que hacer una nota al gobernador

**17. ¿Cómo se proyecta el medio en 5 años?**

Tratando de ir superarse, te hablo desde la parte empresarial aunque lo tendrías que hablar con el director, es tratar de brindar el mejor servicio, se van cambiando las redes, ya trabajamos con la fibra óptica no con el sistema anterior, se está agrandando el servicio de internet – esto comienza por un radio y se va extendiendo ese radio – esa es una de las cosas que se está haciendo en este momento.

Esta dentro del plan la idea de dar telefonía, poder brindar las tres internet, televisión y telefonía. Todo avanza y vos tenés que prestar la mayor cantidad de servicios, también como todo avanza algún día tal vez el cable ya no exista más,

**18. ¿Cómo utiliza el medio las redes sociales?**

Las utilizamos de forma personal, no hay twitter hay un mail. Está todo muy directo en una comunidad como la nuestra.

## **ANEXO N° 5**

### **Entrevista a JORGE BOUSQUET–DIRECTOR DE GESATEL – CANAL 2 VILLA GESELL**

**1. ¿Qué relación tiene con el medio?, ¿Ha trabajado en otros medios anteriormente?, ¿Cuáles?**

JB: No he trabajado en otros medios anteriormente. Siempre en Gesatel.



## **2. ¿Qué cantidad de personal posee el Canal?, ¿Qué roles cumplen?**

JB: El canal tiene 69 personas. De los cuales 26 empleados afectados al canal local, personal de la parte técnica y administrativo. Está el director del canal, y de él dependen los productores, después tenés periodistas y camarógrafos.

## **3. ¿Cómo describiría la Identidad del medio?**

JB: El canal local produce todo. Hace 30 años que produce, tiene una grilla actualmente que tiene muchos programas de producción local y hace transmisiones en directo. Produce el noticiero diario, un programa deportivo diario, un programa de dos horas al mediodía diario. UN programa en vivo los lunes, otro los martes, otro los miércoles y otro los jueves. Hace transmisiones especiales, trasmite información directa, el día de la raza. Se hacen programas especiales, ahora con las elecciones hay un programa especial que comienza a las 18 horas, cubriendo las elecciones locales, con móviles en vivo. Tenemos tres móviles en los principales comandos de campaña. Un canal que tiene una gran infraestructura para lo que son estos canales.

JB: En comparación con Madariaga, es el único canal de la zona que no terceriza la producción del canal, hay algunos programas tercerizados muy puntuales.

## **4. ¿Tiene en cuenta la Identidad del canal al momento de realizar su trabajo?, ¿Cómo la aplica?**

JB: El canal tiene una esencia que tiene de su inicio, que trata de insertarse en la comunidad a través de que se lo interprete como un canal comunitario. Desde ese punto de vista, trata de que a través de sus programas, el noticiero local, el de deportes, reflejar el que hacer de toda la comunidad. Ya sea de los barrios, pasando por los comerciantes, la parte turística, ha logrado una inserción local muy fuerte y una identificación de la gente con el medio. Cuando la gente se refiere a "el canal" se refiere a este canal. Calcula que el noticiero cumple 30 años saliendo ininterrumpidamente. La mayoría de los programas salen todos en vivo desde hace muchísimo tiempo.

## **5. ¿A qué público apunta?¿Qué relación posee el medio con el público?**

JB: La producción de contenido tiene un departamento de prensa con seis periodistas abocados nada más que a los noticieros. El departamento de color digamos, los periodistas van cubriendo eventos, al cubrirlos y aparecer la gente directamente llama para cubrir todo tipo de actividad. El canal es un vehículo que se escucha mucho y tiene mucha credibilidad, es muy buscado para cubrir las noticias. Es importante destacar que lo que logra el canal es sostener desde hace 30 años programas diarios. Rompiendo este mito que no

hay noticias en los pueblos chicos, en realidad hay, lo que hay que hacer por ahí es teniendo periodistas y producción las encontrás.

#### **6. ¿Qué cuestiones no debe pasar por alto un medio regional?**

JB: Nosotros hemos hecho un convenio con el Canal de Pinamar y Madariaga, hemos logrado que ellos nos envíen sus noticieros y nosotros el nuestro, y como hay mucha interdependencia, la gente de Madariaga que vive acá puede ver los que sucede en Madariaga y viceversa; y lo mismo en Pinamar.

#### **7. ¿Qué cosas son de gran importancia en la producción de contenido?**

JB: Lo más importante en la producción y lo que hay que tener muy en cuenta, es conocer bien a la comunidad que se le está informando. Muchas veces este tipo de medios y por ser el único televisivo, te crea una responsabilidad en cuanto a que una información que está mal dada, no está chequeada, puede causar mucho daño. En una comunidad chica donde las relaciones son muy personales, este tipo de cosas hay que cuidarlas mucho porque existe un cuestionamiento muy rápido en el caso de que uno informe mal

Lo segundo, que los periodistas busquen aquellas noticias que sean noticias, que afectan a un grupo de personas, no reflejar cuestiones particulares. Ese es un tema muy finito pero hay que tenerlo en cuenta.

Lo otro es que, nosotros hemos tratado de reflejar en los problemas todas las voces, no un sector. Si es un que atañe al que hacer político, lo que piensan los diferentes sectores políticos de este problema. Si es gremial, hacerle la entrevista a la parte gremial y a la empresarial también. Pensar que el televidente pueda tener las dos opiniones, y tener la prudencia de no generar uno su postura sino que le pide al televidente.

(Ejemplo de abuso en un jardín, que no lo publicaron varios días hasta chequearlo y al final era mentira – responsabilidad del medio – cobertura de las diferentes voces, incluso en la política, no toman postura)

#### **8. ¿Qué limitaciones técnicas enfrenta el medio?, ¿Cómo las resuelve? , ¿Qué les haría falta adquirir?**

JB: Siempre en este tipo de negocios se necesita invertir en lo técnico, tratamos de estar a la vanguardia, tenemos buenas cámaras, buenos equipos, control digital, estamos trabajando para poder emitir en HD, o sea, las limitaciones tratamos de ir las salvando una a una. Hacemos enlaces en vivo, las limitaciones técnicas te las da siempre el avance de la tecnología y la permanente inversión que tenés que realizar para sostener un medio que sea competitivo.

El otro tema importante que no te dije es que en nuestra opinión los noticieros sean locales, que no contengan noticias nacionales que uno puede ver en otros canales. El medio es local, se tiene que diferenciar por ser local. Lo nacional e internacional lo cubren muchísimo mejor que nosotros los medios nacionales. No tiene ningún sentido, si yo quiero ver qué pasa a nivel nacional miro C5N, CN23, Crónica,

Telefé. Lo van a cubrir mejor que nosotros y muy bien, lo internacional también. Hay que tener conciencia de los límites, el televidente cuando ve el reporte que es el noticiero nuestro, lo que está buscando son las noticias de su comunidad. Cuando quiere poner otra cosa cambia, es la esencia de esto. Por eso nos destacamos y tratamos de mantener una posición que nos fideliza, porque todos los guiones los contenidos son locales. Esto nos identifica a nosotros.

#### **9. ¿Con qué otras limitaciones cuenta el medio?**

JB: Un medio siempre tiene limitaciones, y siempre tiene desafíos, uno de los problemas que existe hoy es que, te vuelvo a repetir yo soy contador no periodista, pero creo que una cosa es hacer un noticiero con 100 mil habitantes, y otra cosa es hacer un programa de televisión y periodismo en una comunidad chica como puede ser Gesell, Pinamar, o la costa. Hay que tener mucho cuidado porque hay un intercambio con el televidente de ida y vuelta muy profundo, donde el periodista, los dueños, los entrevistados, al otro día se encuentran en el bar, en la escuela, en el café, donde sea. Esto crea un control social que lo hace la propia comunidad a través de sus habitantes, no orgánico pero sí terriblemente efectivo.

Si el canal dijo que cayó un árbol y derribó un edificio en Mar de las Pampas, y eso al otro día no sucedió, la condena social es enseguida e inmediata, a diferencia de Crónica en capital. Esto hace que el compromiso y el tratamiento de la noticia deba ser muy cuidadoso, con mucha responsabilidad, equitativo. Teniendo en claro que tiene que describir hechos, no ser un canal que alienta una determinada posición porque sino estaría faltando a su compromiso. Nosotros los que tratamos de reflejar la realidad. Es muy difícil pero por eso no tercerizamos.

#### **10. ¿Cómo se solventa la financiación del Canal?**

JB: A través de los abonados. Es imposible sostener un canal de este nivel con 26 personas en blanco trabajando, con 12 años de promedio de antigüedad, si no es invirtiendo. Esa es una decisión de los socios del canal, de todos nosotros, de apostar al desarrollo de un canal local desde hace muchísimo tiempo. La publicidad no te alcanza para nada, en este tipo de empresas chicas.

El canal de aire es diferente. Una cosa es la tv abierta y otra es la tv por cable. No se pueden comparar. La abierta es una tv donde se puede ver en ciudades muy grandes como puede ser Mar Del Plata, que están solventadas por empresas grandes para poder sostenerlas con la publicidad. Un canal de tv abierta que no esté subsidiado por el Estado o por un sistema de abono, es muy sencillo es cuestión de hacer cuentas.

Si es un canal como este que tiene 26 empleados, con un sueldo promedio de 8 o 10 mil pesos por empleado, más las cámaras, la luz, los móviles, inversión. Sería imposible, a mí me parece que es una cuestión de dimensión, si Gesell tuviera un millón de habitantes, ya tendría un canal de televisión abierta.

#### **11. ¿Cómo utiliza el medio las redes sociales?**

JB: Algunos programas tienen Facebook. El canal no sale por internet, porque nosotros entendemos que estamos haciendo un esfuerzo muy grande para dárselos a los abonados de Gesatel. Tenemos muchos pedidos de subirlo a internet, pero no lo hacemos. Este tipo de canales compiten contra otros canales de cable o contra DirecTV. DirecTV es muy bueno en señales, excelente definición, pero nunca va a tener un canal local. Si vos querés ver a tu hijo por DirecTV no lo vas a encontrar. Nosotros tomamos el canal local como una inversión. Un elemento esencial en la relación del canal con la comunidad. Tratamos de diferenciarnos de manera virtuosa, cuesta y es difícil pero es lo que elegimos.

**12. ¿Cómo logran que cada programa comprenda la identidad del canal a la hora de producir contenido?**

JB: El canal tiene empleados de 26, 29, 17 años de antigüedad. Creo que uno de los secretos del canal es que la sociedad (empresa) todos son de acá, gelasinos. Y nadie vive de esto, tenemos otros trabajos. Cada programa tiene una línea editorial propia que se la marca la dirección, dentro de eso ya sabe cada uno, si es color no tiene que ser grosero, hay que cuidar la forma, hay que cuidar el lenguaje, hay que cuidar el vestuario; si es el noticiero tiene las pautas, si es el programa deportivo tiene las pautas, el programa político tiene las pautas, dentro de eso tienen libertad para actuar. Pero siempre dentro de eso parámetros.

Se hacen reuniones, se explica y luego se ve, la gente va aprendiendo.

**13. ¿Cómo se da a conocer el canal?, ¿Posee algún tipo de actividad publicitaria?**

JB: Empezamos siendo un canal muy chiquito, con dos programas, después nos fuimos amplificando. Teníamos publicidad en las radios y en los diarios, de forma complementaria. Pero después fue principalmente boca a boca, ese es el tema de las comunidades chicas.

Nosotros tenemos emitidos conciertos desde Mar de Las Pampas, las transmisiones en vivo y el desarrollo del canal local ha ayudado mucho.

**14. ¿Cómo se proyecta el medio en 5 años?**

JB: El medio se proyecta como es la televisión hoy, reinventándose siempre, tratando de mejorar, mejorar la imagen, la calidad, los mensajes, tratando de que las tandas publicitarias no sean plata sean videos como en Buenos aires.

## ANEXO N° 6 ficha técnica - encuestas

**Grupo objetivo:** Hombres y mujeres exclusivamente de las localidades analizadas, niños de más de 10 años.

**Técnica de recolección de datos:** Se diseñó un cuestionario estandarizado con preguntas abiertas y cerradas diseñado para aplicarlas en una entrevista cara a cara entre el encuestador y el encuestado

**Diseño muestral:** Probabilístico, selección de encuestados por muestreo aleatorio simple.

**Temática:** Consumo de Televisión // contenido de tipo local

**Tamaño y distribución de la muestra:** 300 encuestas realizadas en el Partido de Pinamar, incluyendo las localidades de Ostende, Cariló y Valeria de Mar. Zona Urbana de baja densidad.

**Financiación:** Recursos propios

CONSUMOS TELEVISIVOS *Encuesta realizada por tesisistas de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo - UNLP	
<b>Sexo</b> <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino	<b>¿Qué canales consume habitualmente?</b> (Nombrar tres por orden de preferencia)
<b>Edad</b> Tu respuesta	TN <input type="checkbox"/> CANAL 13 <input type="checkbox"/> AMERICA <input type="checkbox"/> TV PUBLICA <input type="checkbox"/> TELEFE <input type="checkbox"/> GOURMET <input type="checkbox"/> CSN <input type="checkbox"/> DISCOVERY HOME AND HEALTH <input type="checkbox"/> DEPORTES (ESPN/TYC/FOX) <input type="checkbox"/> DOCUMENTALES (NAT GEO/ DISCOVERY / HISTORY) <input type="checkbox"/> ENTRETENIMIENTO (FOX/WARNER/SONY/FX...) <input type="checkbox"/> CANALES MUSICALES (MUCH - CM - MTV) <input type="checkbox"/> CANALES DE MAR DEL PLATA ( 8 Y 10) <input type="checkbox"/> CANALES DE PELICULAS (HBO/TNT/SAT...) <input type="checkbox"/> CANALES DE NOTICIAS (CNN) <input type="checkbox"/> Otro:
<b>Localidad de residencia</b> Pinamar <input type="checkbox"/> Valeria del Mar <input type="checkbox"/> Ostende <input type="checkbox"/> Cariló <input type="checkbox"/>	<b>¿Cómo se informa de lo que ocurre en la región?</b> Diario / Semanario <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Páginas Web <input type="checkbox"/> Redes Sociales <input type="checkbox"/> Otro:
<b>¿Qué tipo de servicio de TV posee/utiliza? (Marcar las que corresponda)</b> Aire <input type="checkbox"/> Cable <input type="checkbox"/> Satelital <input type="checkbox"/> TDA <input type="checkbox"/> No posee (En caso afirmativo, salte a la pregunta 9)	<b>¿Conoce Canal 4 de Pinamar?</b> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Otra:
<b>¿Cuántas horas de TV consume por día?</b> 1 hs <input type="checkbox"/> 2 hs <input type="checkbox"/> 3 hs <input type="checkbox"/> 4 hs <input type="checkbox"/> 5 hs <input type="checkbox"/> 6 hs <input type="checkbox"/> 7 hs <input type="checkbox"/> 8 hs <input type="checkbox"/> 9 hs <input type="checkbox"/> 10 hs <input type="checkbox"/> 12 hs <input type="checkbox"/> 16 hs <input type="checkbox"/>	<b>En caso de ser así, ¿Qué programas consume?</b> Tu respuesta
<b>¿En qué horarios?</b> Mañana <input type="checkbox"/> Mediodía <input type="checkbox"/> Tarde <input type="checkbox"/> Noche <input type="checkbox"/> Trasnocche	
<b>¿Qué géneros consume?</b> Noticiero <input type="checkbox"/> Serie/Novela <input type="checkbox"/> Magazine Matutino <input type="checkbox"/> Deportes/Chimentero <input type="checkbox"/>	

## **ANEXO N° 7**

# **Entrevista a dr. analía elíades – ESPECIALISTA EN DERECHO A LA COMUNICACIÓN Y REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.**

### **1. ¿Cómo afectó la nueva Ley a los medios regionales y locales?**

AE: La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual al permitir que haya 3 tipos de prestadores, en realidad dos que son los públicos y los privados, con fines de lucro y sin fines de lucro, se reconoció otro sujeto para que presten la actividad de servicios de comunicación audiovisual. Cosa que la ley de la dictadura restringía los medios públicos, no tenían derecho a tener, sino que habían sido autorizaciones particulares, como la Universidad Nacional de la Plata, Canal 7 o la Radio Nacional, ahora lo reconoce como sujeto de derecho, lo mismo al sujeto privado sin fines de lucro, la ley derogada solo reconocía al sector privado o comercial. Entonces, por un lado el reconocimiento de diferentes sujetos que pueden prestar, la actividad como universal y por supuesto las personas físicas, una persona individual que también puede tener el emprendimiento.

Pero además de eso, vino acompañado en la Ley de Servicios de Comunicación audiovisual con la producción de contenidos y de emprendimiento locales y regionales, fomentando y obligando a los medios a no establecer cadenas o transmitir las 24 hs lo empaquetado o lo existente desde Bs. As para evitar la concentración mediática, no solamente en la propiedad sino también en los contenidos, fomentando así emprendimientos locales en los que el área de cobertura es menor, distintas categorías que tienen distinta cobertura, Esto obliga a los medios que tengan producción propia local, regional y nacional. En este sentido

fue un facilitador de emprendimientos locales, que antes estaban detenidos porque la ley de la dictadura no permitía este tipo de emprendimientos, había que hacer un largo camino judicial que uno no sabía cómo hacer y además estaban paralizados los concursos.

**2. ¿Cómo influye sobre la producción de contenido de un medio local? Un medio que transmite para específicamente los consumidores o televidentes de la zona....**

AE: Yo no los llamaría consumidores, porque cuando decís consumidores estás hablando de que hay una venta de un bien o un servicio. Y la ley habla de un derecho, del derecho a la comunicación, del derecho a ser informado. No somos consumidores sino que somos televidentes, oyentes, lectores en el caso de los medios gráficos que no están representados por parte de la ley pero participan del proceso.

Siempre fue una preocupación, incluso algunas iniciativas antes de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que los medios autorizados, con licencia en determinada localidad tuvieron temas de la localidad, pasa que habían compromisos que estaban establecidos en los pliegos antiguos que nunca se cumplían. Entonces, contenido local con un porcentaje mínimo de noticias locales que se generan en el propio medio que también fomentan empleo local y regional, era una obligación a poner para que realmente se fomentara el regionalismo, el federalismo, y que respondiera a esas necesidades locales. Uno de los grandes incumplimientos de la Ley de radiodifusión anterior – que estaba establecido pero no se cumplía en los hechos – era generar información y programación propia, producirla.

**3. ¿Qué pasa en la realidad con la financiación de pequeños medios? ¿Es posible auto -sustentar un proyecto?**

AE: Como procurar la sustentabilidad del medio, en determinado momento para los medios comunitarios el fondo creado por la ley busco la capacitación, dotar de herramientas, el equipamiento como el empujón inicial para que se pudiera sostener el proyecto comunicacional en el tiempo.

Entonces tener producción local es un requisito, una licencia de radio y televisión con esa cobertura local, ¿sino que vas a reproducir lo que se ve en capital? También los había llevado el manejo que tuvo la Ley de la dictadura a crear que Canal 13, Radio Mitre o Continental fueran medios nacionales, y nunca lo fueron. Son coberturas de capital, y creo que llegan al Conurbano y un poco más. En realidad la repetición por otras emisoras y la facilitación que hizo el cable, hizo que estuvieran instalados y que en el imaginario de la gente fueran nacionales, pero nunca lo fueron, son de capital.

La Ley fomenta la música nacional, reconoce los músicos independientes, el cine, hace énfasis en la producción local y regional, en la región en la que se inserta la localidad.

Uno después podrá decir, ¿Cómo se controla esto? Ahí está la participación de las audiencias de las audiencias y en que sean transparentes las propuestas de comunicación que se presentaron en el momento

en el que se les otorgó la licencia donde la planificación de la propuesta comunicacional tienen que estar presentes los noticieros locales, programas informativos locales y regionales y con qué recursos trabaja.

**4. Teniendo en cuenta que afirmamos que la información es un derecho, ¿cómo es el panorama para un medio privado que busca sustentarse económicamente?**

AE: No es lo mismo el proyecto de sustentabilidad de un medio público y un medio privado con o sin fines de lucro. El de fines de lucro ya lo sabíamos por supuesto que es un negocio, que da rédito pero no trata la información como mercancía que la vende. La información es un bien social por lo cual la publicidad que genera, las campañas que pueda tener, los aportes que pueda recibir, se invierten en esa empresa y procuran tener ganancia.

En cambio la lógica de los medios públicos no la pudimos aprender bien, y que por lo menos hay muchos signos de interrogación porque tampoco tuvimos una larga historia de medios públicos. Por ejemplo, cuando criticaban 678, está buenísimo que exista 678 porque es algo inédito en la historia de la televisión pública argentina. Y nos podemos preguntar cómo es un medio público cuando nunca tuvo derecho a existir, y existe a partir de la Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual. Otra cosa y otra historia fueron los manejos que tuvieron Canal 7, lo que fue ATC o Radio Nacional, pero el aprendizaje de los medios público aun no lo tenemos. Debemos aprender de esa fina línea entre lo gubernamental y lo público es un desafío. El de las Universidades también, va con la idiosincrasia nuestra...si hay una radio universitaria y hay un rector universitario, no se van a poner en contra de las autoridades pero si puede haber la mayor pluralidad de voces posibles. Y de hecho, como correlato, en España constitucionalmente los medios son un servicio público y por lo tanto, son propiedad de Estado. Ellos tuvieron que hacer al revés que nosotros, tuvieron que luchar porque existiera la televisión privada, pero después aprendieron que el purismo de los medios público no existía – como pasó con el atentado a la ..... que culparon a la ..... y no lo era. No hay purismo, el ejemplo puro inmaculado de los medios públicos en realidad no es así.

La lógica de los medios públicos es otra, es una lógica de servicio, también puede vender sus espacios, pero no tienen como finalidad la búsqueda del lucro que si lo tienen los emprendimientos privados. Que es totalmente legítimo, que siempre existió en la Argentina y es el modelo que sigue preponderando.

Y la de los medios comunitarios que también tienen un largo camino por aprender, tienen que autoabastecerse, también tienen derecho a tener diferencias positivas en su balance que redunden en la mejora del medio, pero no lo toman como ganancias, como un empresario, sino que lo toman como es sustento del propio proyecto, de los compañeros que trabajan en él, en el pago de los servicios.

Nos falta bastante en lo que es reconocer los derechos laborales de los compañeros que trabajan en esas emisoras. Estamos en un camino donde hay muchas cosas que aprender pero que recuperando el espectro radioeléctrico en mano del pueblo puede ser factible.



Lo que más molesta de la ley a los grupos son los límites en la multiplicidad de licencias

**5. En términos legales ¿qué posibilidades tiene un canal de aire de exigir su inclusión en la grilla de cable operador?**

AE: Debe recurrir a la Ley, la Ley directamente habilita a que los operadores de televisión abierta sean privados con fines de lucro o sin fines de lucro, sean incluidos en la grilla. La oposición a esto se expresó en todo el país cable operadores que no querían incorporar las señales de televisión abierta. Hubo fallos positivos, varios en Córdoba. Terminaron con sentencias judiciales, que obligaron a los cable operadores a subir canales de cooperativas más que nada, porque allá hay muchos emprendimientos comunicacionales cooperativos, esos sin fines de lucro pero privados, así que es lo mismo.

## **ANEXO 8°Entrevista A Polo Gheresi - director DE CANAL 3 DIVISADERO SRL**

**1. ¿Cómo se solventa la financiación del Canal?**

PG: La financiación nuestra se produce a través de la venta de abonos, nosotros estamos dando la posibilidad de tres facturas pendientes, al cabo de la tercera factura automáticamente el sistema de facturación le da la baja y le genera un corte al servicio. O sea, tenemos un capital bastante intenso en la zona debido a que hay dos meses de facturación que se encuentran impagos, el caudal de la gente que está al día no es la totalidad de nuestros abonados.

De todas maneras, nuestro canal está funcionando desde 1993, el costo de financiación de esas dos primeras facturas están amortizados dentro del propio capital de giro. Eso es lo más fuerte que tenemos nosotros, publicidad es un complemento.

**2. ¿Cobran las publicidades mediante canje principalmente? ¿hay locales que publiciten en el canal?**

PG: Si hay, incluso hay publicidades que son de fuera de Madariaga, tanto el porcentaje es mínimos como los costos son mínimos.

Nosotros estamos saliendo por cuatro noticieros, estamos saliendo por un DVD, en diferido a Pinamar y Villa Gesell, seguramente lo has visto nuestro noticiero. Hay un convenio implícito en ello de que ninguno de los tres canales, ya se Villa Gesell, Pinamar o Madariaga, que son con los cuales hacemos intercambio, le quita la publicidad que trae inserta. O sea, podemos agregar publicidad pero no quitar la que traen.

Porque en realidad nosotros no somos los únicos que le mandamos nuestro noticiero a Pinamar y Gesell, ellos hacen lo mismo entre los tres cables.

**3. ¿Cómo les afecta en la financiación y en la producción la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual?**

PG: Nosotros estamos con la Ley de medios y te voy a decir dónde nos afecta. No nos afectó en sobremanera en lo que es desenvolvimiento del negocio, la afectación más que nada vino en la grilla de programación, y tenemos una red que está preparada para dar hasta 70 señales, ¿qué sucede? En la medida que el gobierno nos sigue agregando señales, que son obligatorias por supuesto, tales como INCAA, Paka – Paka, Encuentro, y las que sabemos que son del oficialismo, del gobierno e impuestas por el gobierno nos van restando capacidad de poner que fueron propias nuestras, entonces que estamos haciendo para esto, estamos ampliando nuestra red, esto significa que vamos a poder dar hasta 200 señales.

Para que te des una idea, estamos con una fibra óptica la que nos permite por un solo pelito tirar 100 señales que van y 100 señales que entran.

Por otro lado, la implicancia que nos significa a nosotros la fibra óptica, es que también estamos dando el servicio de internet, o sea que no solo estamos dando televisión sino también internet, con la posibilidad de dar telefonía eventualmente, cosa que no vamos a hacer, mientras yo esté al frente de la empresa no lo vamos a hacer. Y no lo vamos a hacer por la sencilla razón que las empresas telefónicas momentáneamente no están dando televisión, entonces yo tampoco me puedo tirar contra las telefónicas. EL IP, los nodos que usamos para internet, vienen suministrados por Telefónica de Argentina. O sea que hay un ida y vuelta en todo lo que estamos haciendo. A ellos les conviene porque nos hacemos cargo nosotros de los abonados, y estamos pagando por ellos la telefonía que nos entra, nos tienen de clavo digamos.

**4. ¿Y la Ley de medios les exige que porcentaje de producción propia?**

PG: No recuerdo exactamente a cantidad, pero lo sobrepasamos con creces. Así que no tenemos ningún problema.

# ANEXO 10° ESCALA SALARIAL SAL (SOCIEDAD ARGENTINA DE LOCUTORES)

CONVENIO COLECTIVO DE TRABAJO 131/75 - ESCALA SALARIAL Y FUNCIONES

PERIODO DE VIGENCIA - DE MARZO A SEPTIEMBRE 2016

RIGE LAS ACTIVIDADES DE:

Canales de Aire, Canales de Aire de Baja Potencia, Productoras de Señales



Sindicato Argentino de Televisión  
Homonacional, Servicio Autónomo, Vinculado al Estado

REMUNERATIVO				Funciones
Grupo Salarial	Base	Porcentaje	Bruto Sujeto a Retenciones	
1	\$ 14.168,02	\$ 1.416,80	\$ 16.684,82	Director de Programas Productor de Programas Técnico Electrónico
2	\$ 13.413,28	\$ 1.341,33	\$ 14.754,61	Escenógrafo Iluminador Operador Realizador Cinematográfico Operador Técnico de Planta Transmisora Téc. de Mant. afectado a Planta Transmisora Técnico de Mantenimiento Electrónico
3	\$ 12.615,22	\$ 1.261,52	\$ 13.876,74	Asistente de Dirección Asesor de Vestuario Coordinador Creativo de Campañas Promocionales Operador de Cámaras de Video Tape Portátil Operador Técnico de VTR Especializado en Conversión de Normas Operador Técnico Editor de VTR Técnico en Efectos Especiales Visuales Técnico en Proceso Cinematográfico
4	\$ 11.908,09	\$ 1.190,81	\$ 13.098,90	Compaginador Musical Mezclador de Control Central Operador de Cámaras Operador de Computadoras Operador de Sonido Operador de Video Film Operador Técnico de Video Operador Técnico de Video Tape Realizador de Escenografía Técnico Mecánico
5	\$ 11.231,85	\$ 1.123,19	\$ 12.355,04	Asistente de Iluminación Dibujante de Arte Publicitario Dibujante Técnico Fotógrafo Oficial Administrativo Operador de Máquinas Contables Promotor de Ventas Proyectorista de Control Central Secretaría Bilingüe Técnico de Mantenimiento Mecánico Técnico Electricista
6	\$ 10.602,15	\$ 1.060,22	\$ 11.662,37	Asistente de Producción Caracterizador Carpintero Realizador Cobrador Conductor Motorista Mecánico Operador Revisor de Filmoteca Perforador de Máquinas Contables Perfoverificador de Computadoras Pintor Corpóreo Letrista Redactor de Textos Publicitarios Tapicero Realizador Técnico de Mant. de Aire Acondicionado Ullero de Calle Ullero Realizador

Continúa convenio colectivo....

7	\$ 10.003,12	\$ 1.000,31	\$ 11.003,44	Auxiliar Administrativo Auxiliar de Estudios Ayudante de Utilero de Calle Cadenista Chequeador Compaginador de Filmoteca Laborista Fotográfico Micrófonista Modista Realizadora Montador de Escenografía Oficial de Mantenimiento de Edificio Peñador Pintor Compóreo Reflectorista Secretaria Sombrerero Tablerista de Iluminación Utilero Utilero Preparador
8	\$ 9.434,33	\$ 943,43	\$ 10.377,77	Auxiliar de Almacenes y/o Depósito Auxiliar de Despacho Auxiliar de Tráfico Auxiliar Mimeografista Conductor de Cámaras Telecontrol
9	\$ 8.896,00	\$ 889,60	\$ 9.785,60	Auxiliar Electricista Conductor de Automotores de Intendencia Conductor de Automotores de Operaciones Modista Operador de Telex Preparador de Sastrería Telefonista ( Operadoría )
10	\$ 8.250,00	\$ 825,00	\$ 9.075,00	Auxiliar de Camarines Auxiliar de Forlloteca Auxiliar Revisor de Filmoteca Ayudante de Realización Ayudante General de Técnica Mozo de Cafetería Ordenanza
11	\$ 7.789,31	\$ 778,93	\$ 8.568,24	Auxiliar de Depósito Auxiliar de Impleza Auxiliar Recepcionista Bombero Jardinero Peón de Estudios Sereno
12	\$ 7.350,71	\$ 735,07	\$ 8.085,78	Cadete ( Mayor de 18 Años )

Antigüedad	\$ 128,15
Comidas	\$ 93,52
Merendas	\$ 30,87
Exteriores	\$ 116,47
Subida a Torre	\$ 30,87

  
 GUSTAVO BELLINGERI  
 SECRETARIO GREMIAL  
 Sindicato Argentino de Televisión,  
 Telecomunicaciones, Servicios  
 Audiovisuales, Interactivos y de Datos

  
 CARLOS HORACIO ARRECOYSOR  
 SECRETARIO GENERAL  
 Sindicato Argentino de Televisión,  
 Telecomunicaciones, Servicios  
 Audiovisuales, Interactivos y de Datos

# ANEXO 9° ESCALA SALARIAL SAT (SINDICATO ARGENTINO DE TELEVISION)

SALARIOS LOCUTORES DE TELEVISION (CCT 214/75): OCTUBRE 2015 A SEPTIEMBRE 2016 - ESCALAS DE REFERENCIA

RECIBIDO  
SEPTIEMBRE 2016  
ANEXO 9

## ESCALA "A": Capital Federal y La Plata

	SETBRE 2015	OCTUBRE-2015 (18%)	ENERO 2016 (18% + 13%)	MARZO 2016 (31%)
	Básicos	Básicos	Básicos	Básicos
Locutor en Off	10.838	10.838 + 1.580 NR	10.838 + 1.580 NR + 1.409 R	14.198
Locutor de Promoc. Off	10.267	10.267 + 1.497 NR	10.267 + 1.497 NR + 1.335 R	13.450
Locutor Noticiero diario 30'	14.097	14.097 + 2055 NR	14.097 + 2055 NR + 1.833 R	18.467
Locutor Noticiero diario 60'	16.910	16.910 + 2.465 NR	16.910 + 2.465 NR + 2.198 R	22.152
Locutor en Cámara	14.858	14.858 + 2.166 NR	14.858 + 2.166 NR + 1.932 R	19.464

## ESCALA "B": Rosario - Santa Fe - Córdoba

	SETBRE 2015	OCTUBRE-2015 (18%)	ENERO 2016 (18% + 13%)	MARZO 2016 (31%)
	Básicos	Básicos	Básicos	Básicos
Locutor en Off	10.169	10.169 + 1.483 NR	10.169 + 1.483 NR + 1.322 R	13.321
Locutor de Promoc. Off	9.659	9.659 + 1.408 NR	9.659 + 1.408 NR + 1.256 R	12.653
Locutor Noticiero diario 30'	13.928	13.928 + 2.031 NR	13.928 + 2.031 NR + 1.811 R	18.246
Locutor Noticiero diario 60'	15.861	15.861 + 2.313 NR	15.861 + 2.313 NR + 2.062 R	20.778
Locutor en Cámara	13.922	13.922 + 2.030 NR	13.922 + 2.030 NR + 1.810 R	18.238

## ESCALA "C": Mar del Plata - Bahía Blanca - Mendoza - Salta - Tucumán - Paraná

	SETBRE 2015	OCTUBRE-2015 (18%)	ENERO 2016 (18% + 13%)	MARZO 2016 (31%)
	Básicos	Básicos	Básicos	Básicos
Locutor en Off	9.896	9.896 + 1.443 NR	9.896 + 1.443 NR + 1.286 R	12.964
Locutor de Promoc. Off	9.409	9.409 + 1.372 NR	9.409 + 1.372 NR + 1.223 R	12.326
Locutor Noticiero diario 30'	12.871	12.871 + 1.877 NR	12.871 + 1.877 NR + 1.673 R	16.861
Locutor Noticiero diario 60'	15.444	15.444 + 2.252 NR	15.444 + 2.252 NR + 2.008 R	20.232
Locutor en Cámara	13.563	13.563 + 1.977 NR	13.563 + 1.977 NR + 1.763 R	17.768

## ESCALA "C": Canal 10 Mar del Plata - Canal 9 Mendoza - Canal 9 Paraná

	SETBRE 2015	OCTUBRE-2015 (18%)	ENERO 2016 (18% + 13%)	Abr-16	JULIO 2016 (31%)
	Básicos	Básicos	Básicos	Básicos	Básicos
Locutor en Off	9.896	9.896 + 1.443 NR	9.896 + 1.443 NR + 1.042 NR	9.896 + 1.721 R + 1.042 NR	12.964
Locutor de Promoc. Off	9.409	9.409 + 1.372 NR	9.409 + 1.372 NR + 991 NR	9.409 + 1.694 R + 991 NR	12.326
Locutor Noticiero diario 30'	12.871	12.871 + 1.877 NR	12.871 + 1.877 NR + 1.355 NR	12.871 + 2.317 R + 1.355 NR	16.861
Locutor Noticiero diario 60'	15.444	15.444 + 2.252 NR	15.444 + 2.252 NR + 1.626 NR	15.444 + 2.780 R + 1.626 NR	20.232
Locutor en Cámara	13.563	13.563 + 1.977 NR	13.563 + 1.977 NR + 1.428 NR	13.563 + 2.441 R + 1.428 NR	17.768

## ESCALA "D": Neuquén - S.C. de Bariloche

	SETBRE 2015	OCTUBRE-2015 (18%)	ENERO 2016 (18% + 13%)	MARZO 2016 (31%)
	Básicos	Básicos	Básicos	Básicos
Locutor en Off	9.365	9.365 + 1.365 NR	9.365 + 1.365 NR + 1.217 R	12.268
Locutor de Promoc. Off	8.958	8.958 + 1.306 NR	8.958 + 1.306 NR + 1.165 R	11.735
Locutor Noticiero diario 30'	12.169	12.169 + 1.774 NR	12.169 + 1.774 NR + 1.582 R	15.941
Locutor Noticiero diario 60'	14.593	14.593 + 2.128 NR	14.593 + 2.128 NR + 1.897 R	19.117
Locutor en Cámara	12.827	12.827 + 1.870 NR	12.827 + 1.870 NR + 1.668 R	16.803

SALARIOS LOCUTORES DE TELEVISION (CCT 214/75): OCTUBRE 2015 A SEPTIEMBRE 2016 - ESCALAS DE REFERENCIA

ANEXO 1

## ESCALA "D": Canal 7 de S.S. Jujuy - Canal 9 Resistencia - Canal 13 Corrientes - Canal 13 Río Cuarto

	SETBRE 2015	OCTUBRE 2015 (18%)	ENERO 2016 (18% + 13%)	Abr-16	JULIO 2016 (31%)
	Básicos	Básicos	Básicos	Básicos	Básicos
Locutor en Off	9.365	9.365 + 1.365 NR	9.365 + 1.365 NR + 986 NR	9.365 + 1.686 R + 986 NR	12.268
Locutor de Promoc. Off	8.958	8.958 + 1.306 NR	8.958 + 1.306 NR + 943 NR	8.958 + 1.612 R + 943 NR	11.735
Locutor Noticiero diario 30'	12.169	12.169 + 1.774 NR	12.169 + 1.774 NR + 1.281 NR	12.169 + 2.190 R + 1.281 NR	15.941
Locutor Noticiero diario 60'	14.593	14.593 + 2.128 NR	14.593 + 2.128 NR + 1.537 NR	14.593 + 2.627 R + 1.537 NR	19.117
Locutor en Cámara	12.827	12.827 + 1.870 NR	12.827 + 1.870 NR + 1.352 NR	12.827 + 2.309 R + 1.352 NR	16.803

ANTIGÜEDAD ESCALAS "A", "B", "C" y "D": 2% (dos por ciento) s/Básicos de la Escala "A" por cada año de servicio y por mes

	SETBRE 2015	OCTUBRE 2015 (18%)	ENERO 2016 (18% NR + 13% R)	MARZO 2016 (31%)
Locutor en Off	217	217 + 32 NR	217 + 32 NR + 28 R	284
Locutor de Promoc. Off	205	205 + 30 NR	205 + 30 NR + 27 R	269
Locutor Noticiero diario 30'	282	282 + 41 NR	282 + 41 NR + 37 R	369
Locutor Noticiero diario 60'	338	338 + 49 NR	338 + 49 NR + 44 R	443
Locutor en Cámara	297	297 + 43 NR	297 + 43 NR + 39 R	389

### Referencias:

NR No remunerativo

R Remunerativo

### IMPORTANTE:

Se deja expresamente aclarado que los montos expresados en la presente escala salarial bajo los conceptos "Incremento No Remunerativo y el Incremento Remunerativo (13%) son referenciales, ya que para el cálculo de los mismos, sólo se han contemplado en este caso los básicos. En este sentido, a los efectos de liquidar los conceptos "Incremento No Remunerativo (18%) e "Incremento Remunerativo (13%) en forma individual para cada trabajador, se deben incorporar en su base de cálculo, al resto de los conceptos que perciba como parte de su remuneración y que en las presentes escalas no están contempladas tales como, Antigüedad, SAC, Licencias, Horas extras, zona, etc.