

Sofía Lapuente | Marcos Gennari

UNA MIRADA COMUNICACIONAL
SOBRE EL DESARROLLO DE
TECNOLOGÍA SATELITAL:

ARSAT-1 Y SU VINCULACIÓN CON LA TDA,

COMO POLÍTICA PÚBLICA PROMOVEDORA
DE INCLUSIÓN SOCIAL



Sofía Lapuente | Marcos Gennari

UNA MIRADA COMUNICACIONAL
SOBRE EL DESARROLLO DE
TECNOLOGÍA SATELITAL:

ARSAT-1 Y SU VINCULACIÓN CON LA TDA,

COMO POLÍTICA PÚBLICA PROMOVEDORA
DE INCLUSIÓN SOCIAL



Autores: Gennari, Marcos Raul. Leg.: 19146/8
marcos_gennari@hotmail.com.ar

Lapuente, Sofía. Leg.: 19261/1
sofilapuente71@gmail.com

Directora: Pauloni, Silvina

Asesora: Codoni, María Florencia

Facultad de Periodismo y Comunicación Social – Sede La Plata

Junio 2016



“Podemos mirar a los 42 millones de argentinos y juntos mirar al cielo para saber que ahí están orbitando los dos primeros satélites creados por los argentinos”

Cristina Fernández de Kirchner

AGRADECIMIENTOS

A nuestros padres, hermanos y amigos por el amor y el apoyo que nos brindaron durante todo el recorrido, tanto de la investigación, como en los años de cursada de toda la carrera. A nuestra Directora del Trabajo Integrador Final, Silvina Pauloni, y a nuestra Asesora, María Florencia Codoni, quienes nos acompañaron en cada momento y nos dieron total libertad para poder realizar este trabajo. A la empresa ARSAT, en especial a la gestión de Matías Bianchi y Guillermo Rus, que nos acercaron al lugar y se pusieron a disposición de la investigación. A los profesionales de estos proyectos: Andrés Rodríguez, Fernanda de la Mota y Nicolás Schonfeld, por su tiempo y compromiso con nuestro trabajo. A nuestros compañeros de carrera y colegas con quienes construimos e intercambiamos conocimiento a lo largo del camino; a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP) por transmitirnos valores y compromiso con nuestra profesión, y a quienes luchan todos los días para que todos los ciudadanos tengamos la posibilidad de estudiar en una Universidad Pública, Gratuita y de Calidad.

¡Muchas gracias por tanto amor!

Marcos y Sofía

INTRODUCCIÓN

- ¿Por qué estudiar el ARSAT-1?
- Televisión Digital Abierta, ¿el camino a la nueva televisión?
- Objetivo General
- Objetivos específicos
- Alcances y limitaciones

PARTE 1: Marco Metodológico/Conceptual

- Herramientas metodológicas
- Herramientas conceptuales
- Historia de la televisión en Argentina

PARTE 2: Análisis

Capítulo 1: Creación de ARSAT

- El pasado neoliberal: Adjudicación a NahuelSat
- ARSAT: La nueva empresa argentina
- La puesta en órbita de un proyecto nacional

Capítulo 2: Las normativas comunicacionales durante el Kirchnerismo

- Política comunicacional: 2009, el año clave
- Inclusión Digital: Argentina Conectada
- El acceso a las TIC: Ley Argentina Digital
- Satélites Industria Argentina: Plan Satelital Geoestacionario Argentino

Capítulo 3: ARSAT-1, un sueño cumplido

- El comienzo del camino
- ARSAT-1: Un proyecto dividido en fases
- La señal del ARSAT-1 directa al hogar

Capítulo 4: La televisión a servicio del pueblo

- TDA: Un proyecto pensado para todas y todos
- Pensar la TDA con nuevas señales y contenidos
- Televisión Digital Abierta: ARSAT dialoga con la sociedad

PARTE 4: Conclusiones

BIBLIOGRAFÍA

SAT-1
INCULACIÓN
LA TDA

PRESENTACIÓN



¿Por qué estudiar el ARSAT-1?

El ARSAT-1 se lanzó el 16 de octubre de 2014, pasando a la historia por ser el primer satélite geostacionario desarrollado en el país, cumpliendo, luego con el ARSAT-2, el objetivo de defender la soberanía satelital, ya que una de las órbitas asignadas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) corría el riesgo de perderse.

Este satélite, que ofrece una amplia variedad de servicios en telecomunicaciones como televisión, telefonía e Internet, cubre toda Sudamérica, principalmente Argentina, incluyendo las bases antárticas y las Islas Malvinas, significó para el Estado Argentino una inversión de \$1.121 millones¹ y un millón de horas hombre para su diseño y fabricación.

Siguiendo esta línea, el ARSAT-1 no es un hecho aislado, por eso se lanzó ARSAT-2, y entró en juego un ARSAT-3², que llevan la inversión a \$3.729 millones, en un contexto en el cual desde el 2003 al 2014, el Estado invirtió \$21.440 millones en infraestructura de telecomunicaciones³. A su vez, a fines de 2015 se aprobó, mediante la Ley de Desarrollo de la Industria Satelital, la puesta en órbita de ocho

1 Argentina, Presidencia de la Nación, Ministerio de Planificación, Secretaría de Comunicaciones. *Lanzamiento del Arsat-1, 16 de octubre de 2014. Resumen de políticas de telecomunicaciones*. 2014

2 Cabe resaltar que el ARSAT-3 no es una prioridad para el nuevo gobierno nacional presidido por Mauricio Macri, quien asumió la presidencia el 10 de diciembre de 2015, por ende, a la fecha, los plazos de fabricación están suspendidos.

3 Argentina, Presidencia de la Nación, Ministerio de Planificación, Secretaría de Comunicaciones. *Lanzamiento del Arsat-1, 16 de octubre de 2014. Resumen de políticas de telecomunicaciones*. 2014

satélites más.

Su capacidad para incrementar la conectividad en todo el territorio nacional y su producción en el país demuestran que la Argentina en el período 2014-2015 cumplió con el objetivo de ser un país con soberanía satelital.

Con los datos presentados, este Trabajo Integrador Final propone abordar el siguiente interrogante: ¿A qué se debe que el gobierno de la Dra. Cristina Fernández de Kirchner, tomando el plazo temporal 2014-2015, tuvo como prioridad implementar políticas de Estado en materia de telecomunicaciones y desarrollo de satélites, con una fuerte inversión en el rubro?

Ejemplo claro de la importancia que se le dio a este campo es la creación de ARSAT, una empresa de telecomunicaciones estatal, diseñadora del proyecto de los tres satélites, responsable de su puesta en órbita y de su funcionamiento, pero que además brinda Televisión Digital Abierta, procesamiento de datos gracias a su DataCenter propio y transmisión de servicios a través de Fibra Óptica.

Televisión Digital Abierta, ¿el camino a una nueva televisión?

Específicamente, en lo que respecta a Televisión Digital Abierta, ARSAT se ocupa del servicio de transporte de video, audio y datos a todas las Estaciones Digitales Terrestres (EDT). Asimismo, a la plataforma de Televisión Digital Terrestre se la complementa con un sistema de Televisión Directa al Hogar (TDH), donde la señal llega vía satélite, desde el ARSAT-1, fundamental para las zonas sin cobertura de TDA Terrestre, para dar acceso democrático a los contenidos digitales. Pero no se limita a lo meramente técnico, sino que le da gran importancia al usuario final, el cual se puede clasificar en distintos agrupamientos identificables.

La TDA permite acceder a los usuarios a 16 señales nacionales de tv en alta definición de manera gratuita, para todos, y suplanta a la tradicional televisión abierta, en un plan de apagón analógico, cuya fecha se estipuló para el 2019, enmarcado en un contexto mundial en el cual ya se está realizando este cambio.

A diferencia de otros países, en donde este proceso se cedió el liderazgo a empresas, en Argentina es el Estado el principal actor en el desarrollo de la televisión digital, poniendo a disposición un servicio gratuito y abierto, y fomentando su uso en los sectores de menor ingreso.

Esta intencionalidad se reflejaba en la, últimamente modificada, Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada en el año 2009, cuyo objetivo principal era la regulación y universalización de los medios radiofónicos y televisivos, permitiendo el ingreso a aquellas voces que no tenían la oportunidad de contar con un espacio para ser escuchadas: pueblos originarios, organizaciones sociales, universidades, ONG, entre otros.

Con la intención de seguir sumando voces, y de la mano de esta ley, se propuso la creación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), en el decreto 1148/2009 que en el año 2009 dio a conocer la ex presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, iniciando un nuevo mapa comunicacional histórico del país. Este sistema de televisión tiene como objetivo promover la inclusión social, la diversidad cultural y el idioma del país a través del acceso a la tecnología digital, así como la democratización de la información.

En ese sentido, la TDA se vuelve una herramienta para la universalización de voces, trabajando con canales locales, universitarios, de organizaciones sin fines de lucro, pero también a través de las políticas públicas que buscan la llegada de la televisión digital a todos los ciudadanos argentinos. Así, se desarrollan los programas: Mi Tv Digital Terrestre, Mi Tv Digital Satelital y Mi Tv Digital Accesible, generados para personas que, por su situación socioeconómica, no pueden acceder a un servicio de televisión paga, ni comprar el equipo necesario para tener TDA, que se propone garantizar el acceso universal a la televisión de aire de modo gratuito.

Y todo esto es posible gracias a la tecnología satelital, la cual transmite la señal a cada punto del país, llegando con la TDA a poblaciones a las cuales no se puede acceder de otra forma, a lo que se le suma que son sectores generalmente poco rentables para las empresas, las cuales prefieren no invertir sobre los mismos.

Por lo anterior expuesto, el tema en cuestión es un campo que no debe ser abandonado por los estudios desde la comunicación, ya que el desarrollo tecnológico satelital del cual se expone apareja cambios socioculturales, nuevos hábitos y costumbres, formas de relacionar-

se y comunicarse, pero también estos cambios se explican desde su contexto de origen, donde las condiciones sociales, políticas, económicas son influyentes directamente.

Siguiendo con lo dicho, Martín Becerra expresa que: “La evolución de las prácticas sociales con industrias culturales y medios tecnológicos presenta condicionamientos múltiples y que esos vínculos – que definen el cotidiano de millones de personas – no se agotan en las fórmulas de que <la tecnología cambia al mundo>, sino que precisan también considerar qué es lo que ese mundo (distintos grupos sociales e individuos) pretenden hacer con la tecnología”⁴.

En ese sentido, hay que pensar que la llegada de estas nuevas tecnologías está condicionada por la forma en que se insertan, por ende en la decisión política que toma cada gobierno de turno sobre ellas.

Por eso, la llegada de lo digital, más allá de ser algo que ingresa a Argentina como uno de los últimos países, se pensó desde el Estado, durante el gobierno de Cristina Fernandez de Kirchner, como primordial y bajo la bandera de inclusión social, en pos de reducir la brecha digital.

En otras palabras, el arribo de esta tecnología al país se entendió como una herramienta que esté a disposición de todos, que permita reducir la diferencia en la posesión y uso de las nuevas tecnologías entre las diferentes clases socioeconómicas, y que sirva para la universalización de voces, no sólo en su producción, sino también en su recepción. Es decir, un Estado que fomente la generación de contenidos desde diversos grupos sociales, pero también asegure la llegada de esas nuevas voces a todo el territorio nacional.

Objetivo General

Conocer y analizar el desarrollo de tecnologías satelitales como Arsat-1, vinculado con la política pública de la Televisión Digital Abierta, durante el período 2014-15, para comprender la importancia de la inserción de esta tecnología, prioritaria desde el Estado y vinculada a

⁴ BECERRA, Martín (2015). “Cultura y comunicación: la revolución digital con final abierto”. FIBRA Tecnología de la comunicación. Año 1, N° 4.

conceptos como los de “ inclusión social”.

Objetivos específicos

- Conocer la empresa ARSAT como proveedora de servicios de telecomunicaciones, no sólo desde su rol técnico, sino también como una empresa vinculada a lo social y con una mirada reflexiva sobre su tarea.
- Vincular las acciones gestionadas por ARSAT como empresa del Estado con las políticas públicas de telecomunicaciones, impulsadas durante el mandato de Cristina Fernández de Kirchner.
- Indagar y analizar la creación del primer satélite geoestacionario (ARSAT-1) y su vinculación con la política pública comunicacional de la TDA.
- Conocer y relevar datos que visibilicen el alcance y la inserción de la TDA, como nueva practica comunicacional vinculada a la inclusión social.

Alcances y limitaciones

En el presente Trabajo Integrador Final se estudió la Televisión Digital Abierta como política pública, como inversión del Estado, por una decisión política de los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner. Pero, se analizó vinculando la TDA al ARSAT-1, en ese sentido, el estudio a continuación presentado se centra temporalmente en el período 2014-2015.

Siguiendo con lo dicho, no se pueden desligar los años anteriores, tampoco la fundación de ARSAT como empresa del Estado, pero la respuesta a la pregunta planteada se buscó centrando la mirada en esos dos años.

A su vez, en ese período se dio el lanzamiento del satélite geoestacionario ARSAT-2, el cual no se ignora, pero no es abordado en este documento, ya que la importancia recae principalmente en el ARSAT-1, por ser el primero y porque es desde el que se transmite el servicio de Televisión Digital Abierta.

Por otro lado, la implementación de la TDA se encuentra en proceso, lo que hace más útil para el campo proponer un estudio que no se enfoque en los usuarios, sino en la herramienta, en los pensadores y hacedores de esta política.

Tanto ARSAT, como su satélite, brindan más servicios además de la Televisión Digital Abierta, pero el foco de esta investigación, sin olvidar el resto y nombrándolos para dar una visión completa y acabada sobre esta empresa, se hizo sobre la TDA.

En otro sentido, durante el desarrollo de la investigación se realizaron las Elecciones Nacionales, habiendo un cambio de gobierno de por medio, que rompió con la continuidad de la gestión kirchnerista. En el transcurso de sus primeros 120 días de gobierno, el presidente Mauricio Macri, quien llegó al poder representando a una alianza formada por la Coalición Cívica (C.C), Propuesta Republicana (PRO) y la Unión Cívica Radical (UCR), tomó medidas como la modificación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la decisión política de suspender por el momento el satélite ARSAT-3, aludiendo a la falta de presupuesto.

Como comunicadores sociales entendimos que no podíamos ser ajenos, por ende en la investigación se refleja dicho proceso, planteando a su vez la incertidumbre del proyecto en este nuevo escenario. A su vez, esto se observa en el contenido y los perfiles de los entrevistados, como desde qué lugar se posicionan los mismos, siendo algunos de ellos en la fecha de los encuentros ya ex gestores del proyecto, aunque en el momento en que se pensó el objeto de estudio tenían un rol dentro del establecimiento.

Por último, se debe aclarar que, más allá del acceso a datos estadísticos en relación a los números de penetración de TDA, no se pudo verificar que dichas cifras sean exactas, por ende se tomó como información que complementa a la investigación.

SAT-1
PARTE 1
INCULACIÓN
LA TDA



Marco Metodológico/Conceptual

Para conocer y analizar el objetivo general es fundamental definir la estrategia de investigación y tener conocimiento teórico sobre la temática elegida. Por ello, es necesario vincular lo conceptual con lo metodológico a la hora de abordar el objeto de estudio.

Como investigadores, el trabajo se sitúa desde la perspectiva de entender que los datos de campo vienen de la relación entre el investigador y los sujetos de estudio, y no sólo de los hechos puntuales a observar.

Teniendo en cuenta el objeto de estudio, de conocer y analizar las tecnologías satelitales y su relación con la política pública de Televisión Digital Abierta, se aplica a la investigación, técnicas meramente cualitativas, aunque en algunos casos se tomen datos cuantitativos para poder realizar un análisis profundo a partir de ellos.

De este modo, en ningún momento se busca una investigación con conclusiones determinantes, sino todo lo contrario. El objetivo es poder llegar a tener un primer acercamiento de mayor intensidad con el objeto de estudio, teniendo en cuenta los pocos trabajos realizados hasta el momento sobre esta temática, tanto en las ciencias sociales, como específicamente en el campo de la Comunicación Social.

A partir de ello, es necesario detallar cómo fue entendida la comunicación por los diferentes gobiernos, y observar el rol que le dieron a la televisión desde su nacimiento hasta la actualidad. De esta manera, hacer una descripción y análisis del contexto sociopolítico para poder entender que en los últimos años se llevaron adelante cambios históricos en el campo de la comunicación. Así, poder reconocer la importancia de estudiar y comprender la Televisión Digital Abierta

para la sociedad en su conjunto.

Siguiendo a la antropóloga Rosana Guber: “Para que el investigador pueda describir la vida social que estudia incorporando la perspectiva de sus miembros, es necesario someter a continuo análisis –algunos dirían “vigilancia”– las tres reflexividades que están permanentemente en juego en el trabajo de campo: la reflexividad del investigador en tanto que miembro de una sociedad o cultura; la reflexividad del investigador en tanto que investigador, con su perspectiva teórica, sus interlocutores académicos, sus hábitos disciplinarios y su epistemocentrismo; y las reflexividades de la población en estudio”⁵.

Esto significa que en todo momento de la elaboración hay que ser consciente de la imposibilidad a ser objetivo y neutral y poder, a partir de ello, descifrar la información que se va obteniendo bajo el matiz de estas reflexividades que atraviesan constantemente a uno como tesista, como las de la comunidad de estudio con la cual se interactúa, en tanto que los encuentros estarán mediados por múltiples factores surgidos a partir de que lo que une es una investigación, y este rol sobre el cual uno se para es imposible de borrar.

A partir de la temática seleccionada y el enfoque, se eligen herramientas que favorecen a la búsqueda de datos que no son rígidos ni exactos, sino que son más bien cualitativos, donde la relación entre la comunidad y el investigador no es ocultada ni puesta en un lugar secundario. Ya que como afirma Guber: “El investigador no se propone explicar una cultura sino interpretarla o comprenderla (...) La presencia del investigador constituye las situaciones de interacción, como el lenguaje constituye la realidad. El investigador se convierte, entonces, en el principal instrumento de investigación y producción de conocimientos”⁶.

5 GUBER, Rosana (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Colombia. Grupo Editorial Norma.

6 *Ibidem*.

Herramientas metodológicas

Observación participante

Es un procedimiento que se caracteriza por su falta de sistematicidad, consiste en ver al sujeto de estudio en interacción, ya sea con la comunidad en general como con el investigador, pero no de forma ajena al espacio y sin intervención, sino interactuando investigador-sujeto. En este sentido, permite poder acercarse a una realidad de modo directo, sin parcialidades y en su complejidad, además, “aproximarse al punto de vista de los estudiados, compartiendo o exponiéndose a sus experiencias cotidianas, constituye un buen antídoto contra las falacias del objetivismo”⁷.

Pero dicha técnica encuentra su límite en cuanto a lo que se puede observar, es esperable que aquellos comportamientos no públicos sean ocultados por parte del observado.

Es por ello que, “con su tensión inherente, la observación participante permite recordar, en todo momento, que se participa para observar y que se observa para participar, esto es, que involucramiento e investigación no son opuestos sino partes de un mismo proceso de conocimiento social”⁸.

Dicha técnica se utilizó en las recorridas realizadas a la planta de AR-SAT, la empresa encargada de que la Televisión Digital Abierta llegue a los hogares. Se observó las formas de trabajar que tienen, cómo están organizados, cómo desarrollan su trabajo diario y cuáles son las similitudes entre el discurso que tienen hacia afuera y la forma de encarar el proyecto a puertas cerradas, desde el interior, así como también para las entrevistas hechas.

Entrevista en profundidad no estructurada

“Desde una perspectiva constructivista, la entrevista es una relación social de manera que los datos que provee el entrevistado son la

7 VALLES, Miguel (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. España. Síntesis S.A.

8 GUBER, Rosana (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Colombia. Grupo Editorial Norma.

realidad que éste construye con el entrevistador en el encuentro”⁹. Llevar adelante este tipo de técnica no significa realizar una conversación espontánea, sino que el investigador construye una guía de preguntas, pero se encuentra abierto a las circunstancias que se van dando en el momento de la entrevista y que plantean la realización de nuevas preguntas o la supresión de otras.

En este sentido, el entrevistador lleva algunos interrogantes generales para que le permitan introducirse en las prioridades del informante, revelar los nudos problemáticos que percibe el entrevistado. Para ello, el investigador debe practicar un modo de “escucha” que no privilegie de antemano ninguna parte del discurso y que permita expresar libremente al informante.

“La entrevista es una estrategia para hacer que la gente hable sobre lo que sabe, piensa y cree”¹⁰, por ende, el investigador-entrevistador tiene el objetivo de recopilar información para la investigación, interrogando a una persona que por lo general conoce en profundidad la temática sobre la cual se le pregunta. “Esta información suele referirse a la biografía, al sentido de los hechos, a sentimientos, opiniones y emociones, a las normas o standards de acción, y a los valores o conductas ideales”¹¹.

Dicha técnica, dentro del proceso de investigación, cuenta con dos grandes momentos: el primero, en donde el investigador utiliza la entrevista para encontrar los puntos centrales, para luego sí profundizar y ampliar sobre éstos.

En este sentido, como afirma Guber: “La entrevista es una situación cara-a-cara donde se encuentran distintas reflexividades pero, también, donde se produce una nueva reflexividad. Entonces la entrevista es una relación social a través de la cual se obtienen enunciados y verbalizaciones en una instancia de observación directa y de participación”¹².

Además de las preguntas que lleva el investigador, y de las que surgen luego sobre la charla, se debe tener en cuenta el contexto en el

9 GUBER, Rosana (2001) *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Colombia. Grupo Editorial Norma.

10 *Ibídem.*

11 *Ibídem.*

12 *Ibídem.*

que se realiza la entrevista, el tiempo y el lugar. En la actualidad, con las nuevas tecnologías, no sólo está la posibilidad de hacer entrevistas cara a cara, como dice Guber, sino que existen otras herramientas para poder desarrollarlas, ya sea vía mail, vía teléfono, vía skype, entre otras.

La técnica de la entrevista fue la más utilizada a lo largo del trabajo de esta investigación, ya que es trascendental para poder conocer en profundidad cada detalle del objeto de estudio y el contexto social y político. Dependiendo sobre las temáticas de las cuales se interiorizó, se seleccionó a las personas con mayor experiencia para entrevistar, con el objetivo de poder eliminar dudas, encontrar ciertas explicaciones, escuchar atentamente para ver si surgían nuevos interrogantes e indagar sobre aspectos de la investigación que no podían ser observados o entendidos en una primera instancia.

En este sentido, se utilizaron dos tipos de entrevistas a lo largo de todo el recorrido:

- **Entrevista semi-estructurada:** Es la combinación de una charla informal, basada en ciertas preguntas elaboradas. Hay cierto contenido que ya está determinado, pero no así la formulación de las preguntas, ni el orden de estas.

Este tipo de entrevista permite que se desarrollen más de un encuentro, con el fin de alcanzar una mayor confianza entre entrevistador y entrevistado, y así poder hablar de ciertos temas de una manera más amena y obtener explicaciones que en otros contextos serían difíciles de lograr.

Este tipo de herramienta se utilizó en la tesis para construir la relación con el Jefe de Proyecto ARSAT-1, el Ing. Andrés Rodríguez, con quien se dieron varias reuniones por fuera de la entrevista en sí, en las cuales aportó documentación y explicaciones sobre la misma. Así como también sucedió lo mismo con el ex Coordinador General de Acua Mayor, Nicolás Schonfeld, con quien se programaron varias reuniones, que permitieron una relación más fluida y mayor acceso a información tanto documentada como no.

- **Entrevista en profundidad:** Son encuentros más abiertos y de tipo informal entre el entrevistador y el entrevistado, realizando preguntas con el objetivo de comprender determinadas cuestiones de la vida y experiencias del mismo.

Este tipo de entrevista se llevó a cabo con el ex vicepresidente de AR-

SAT, Guillermo Rus, la Coordinadora General de la Gerencia de la TDA en ARSAT durante el anterior mandato, Lic. Fernanda de la Motta, y el Supervisor de la Plataforma de la TDA, Ing. Hernán Quinteros.

Análisis documental y análisis de contenido

Otra de las técnicas utilizadas a lo largo de la investigación para solventar cada uno de los objetivos planteados fue la técnica de Análisis Documental. Una modalidad de producción del dato en el terreno que los autores suelen incluir dentro del tipo general de técnicas de análisis de contenido descriptivo, aquellas que “tienen por objeto, en un marco teórico dado, la identificación y catalogación, mediante la definición de categorías o clases de elementos, de la realidad empírica de los textos o documentos”¹³.

Por otra parte, para esta tesis se tuvo en cuenta como método y técnica de estudio, el Análisis de Contenido, el cual permitió investigar sobre la naturaleza del discurso. En general, puede estudiarse con detalle y profundidad el contenido de cualquier comunicación: en código lingüístico oral, icónico, gestual, gestual signado, etc. y sea cual fuere el número de personas implicadas en la comunicación (una persona, diálogo, grupo restringido, comunicación de masas...).

Klaus Krippendorff define el Análisis de Contenido como: “La técnica destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a un contexto”¹⁴. Es por esto, que se tuvo en cuenta la relación entre observación y elaboración, la obtención de información y el análisis e interpretación de estos datos y su contexto, donde adquieren significación.

De esta manera, las técnicas cualitativas de análisis permitieron comprender los procesos de construcción y los modos de hacer y decir de las diferentes y múltiples prácticas comunicacionales analizadas.

Esta técnica permitió la observación y el registro de documentos para avanzar hacia la elaboración de un marco teórico-conceptual en el

13 PIÑUEL RAIGADA, José Luis y GAITÁN MOYA, Juan Antonio (1995). *Metodología General. Conocimiento Científico e Investigación en la comunicación social*. España. Síntesis S.A.

14 KRIPPENDORFF, Klaus (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. España. Paidós.

que se desarrollaron las perspectivas y nociones conceptuales claves que atravesaron la investigación.

En este sentido, el Análisis Documental y de Contenido se utilizó para la selección de bibliografía vinculada con la temática a abordar, tales como tesis de grado, de posgrado, textos de diferentes cátedras de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP). También fue de gran importancia el acercamiento a diferentes páginas Webs; la lectura de notas de diarios y revistas; la observación de videos y gráficos.

PÁGINAS WEB			
WEB	FECHA	TÍTULO	LINK
www.economia.gob.ar	1/21/2015	Kicillof visitó la Estación Terrena Benavidez de ARSAT	http://www.economia.gob.ar/kicillof-visitó-la-estacion-terrena-benavidez-de-arsat/
www.noticiasdel6.com	10/8/2015	“Los satélites Arsat están pensados para la gente y una mejor comunicación”, Entrevista a Matías Bianchi	http://www.noticiasdel6.com/ampliar.php?id=154055&t=los-satelites-arsat-estan-pensados-para-
www.miradasalsur.com.ar	9/20/2015	ARSAT 2l Matías Bianchi “Argentina une a toda América”	http://www.miradasalsur.com.ar/2015/09/20/revista/arsat-2-argentina-une-a-toda-america/
www.pagina12.com.ar	11/5/2012	“La visión del privado es el negocio”	http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-207123-2012-11-05.html
	1/23/2013	Comunicación y sociocultura	http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-212387-2013-01-23.html
	2/20/2013	Venezuela lanzó su TDA	http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/20-214275-2013-02-20.html
	4/2/2014	Accesibilidad en la TV Digital	http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-243197-2014-04-02.html

	10/16/2014	La historia detrás del satélite	http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/subnotas/257638-70089-2014-10-16.html
	10/16/2014	El Arsat-1 en el espacio	http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/20-257663-2014-10-16.html
	10/16/2014	Respaldo de la UIT	http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/subnotas/257638-70091-2014-10-16.html
	10/17/2014	Paso autónomo y soberano	http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-257716-2014-10-17.html
	10/17/2014	“Los satélites no se pueden derogar”	http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-257715-2014-10-17.html
	10/18/2014	Arsat-1 sigue su marcha a 36 mils kilómetros	http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-257806-2014-10-18.html
	10/19/2014	Argentinos en órbita	http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-257825-2014-10-19.html
	10/23/2014	El satélite va hacia su posición definitiva	http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-258162-2014-10-23.html
	11/4/2014	Arsat-1 ya encontró su lugar	http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-259053-2014-11-04.html
	11/30/2014	Modelos en órbita	http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/cash/43-8120-2014-11-30.html
	11/26/2014	Uso y consumo de la TV Digital Abierta	http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-260646-2014-11-26.html
	4/28/2015	Números que traen sorpresas	http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-35372-2015-04-28.html
	9/30/2015	El Arsat-2 parte al espacio	http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-282775-2015-09-30.html

	8/19/2015	“Una lucha política”	http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/subnotas/279685-74021-2015-08-19.html
	9/20/2015	Desarrollo del Arsat-2	http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/cash/43-8806-2015-09-20.html
	1/15/2016	Protesta en la puerta de Arsat	http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-290381-2016-01-15.html
	2/9/2016	Era “para todos”, ahora es “para menos”	http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-37953-2016-02-09.html
	2/23/2016	Aguad adelantó demoras para el Arsat-3	http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/20-293102-2016-02-23.html
	3/28/2016	Una señal menos en la grilla de medios	http://m.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-295594-2016-03-28.html
	3/28/2016	“Es censura a favor de CNN”	http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/20-295611-2016-03-28.html
	3/29/2016	Arsat metió en el freezer el plan satelital	http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-295664-2016-03-29.html
	3/31/2016	Menos Telesur es menos diversidad	http://www.pagina12.com.ar/diario/contratapa/13-295796-2016-03-31.html
www.clarin.com	8/13/2005	El Gobierno busca no perder la ubicación para un satélite	http://edant.clarin.com/diario/2005/08/13/elpais/p-03201.htm
	5/22/2006	Formalizaron la creación de la nueva empresa satelital con participación del Estado	http://edant.clarin.com/diario/2006/05/22/um/m-01200232.htm
	10/24/2006	Por un peso, el Estado se hará cargo de NahuelSat	http://edant.clarin.com/diario/2006/10/24/elpais/p-01601.htm
	9/30/2014	Expectativa por el lanzamiento del satélite nacional ARSAT-2	http://www.clarin.com/sociedad/ARSAT-2-_lanzamiento-expectativa-cohete-_guyana_francesa_0_1440455955.html

	10/1/2015	Logro tecnológico: otro satélite argentino ya está en el espacio	http://www.clarin.com/sociedad/Arsat-2-lanzamiento-Guayana-francesa_0_1441055884.html
	10/2/2014	Afirman que el ARSAT-1 no es un satélite "100% nacional"	http://www.ieco.clarin.com/economia/ARSAT-1-El_Pais-100_nacional_0_1222678273.html
	10/16/2014	Lanzan esta tarde el primer satélite de comunicaciones fabricado en el país	http://www.clarin.com/sociedad/Lanzan-primer-satelite-comunicaciones-fabricado_0_1231076942.html
	10/16/2014	Lanzan con éxito el satélite argentino al espacio	http://www.clarin.com/sociedad/Satelite-Argentina-Arsat_0_1231077400.html
	10/17/2014	El lanzamiento fue un éxito y el satélite ArSat-1 está en el espacio	http://www.clarin.com/sociedad/lanzamiento-exito-satelite-ArSat-1-espacio_0_1231676914.html
	10/17/2014	El país envió ocho satélites al espacio antes del ArSat	http://www.clarin.com/sociedad/pais-envio-satelites-espacio-ArSat_0_1232276932.html
	9/30/2015	Cristina anunció una ley para declarar la producción de satélites como política de Estado	http://www.clarin.com/politica/Cristina-habla-Cadena-Nacional-numero_0_1440456358.html
www.lanacion.com.ar	2/20/2013	Venezuela inició las emisiones de TDA con el apoyo de la Argentina	http://www.lanacion.com.ar/1556375-venezuela-inicio-las-emisiones-de-tda-con-el-apoyo-de-la-argentina
	10/15/2014	Cuenta regresiva para el lanzamiento del ArSat-1	http://www.lanacion.com.ar/1735575-cuenta-regresiva-para-el-lanzamiento-del-arsat-1
	10/17/2014	Un despegue con suspenso que requiere complejas maniobras	http://www.lanacion.com.ar/1736275-un-despegue-con-suspenso-que-requiere-complejas-maniobras
	10/17/2014	La curiosa historia detrás del satélite argentino	http://www.lanacion.com.ar/1736276-la-curiosa-historia-detras-del-satelite-argentino
	9/30/2015	Prometen que el Arsat-2 atraerá 600 millones de dólares en 15 años	http://www.lanacion.com.ar/1832453-prometen-que-el-arsat-2-atraera-600-millones-de-dolares-en-15-anos

	11/12/2015	Cómo tener TV digital en tu televisor	http://www.lanacion.com.ar/1844531-como-tener-tv-digital-en-tu-televisor
www.tiempoargentino.com	10/15/2014	De la Argentina - satélite a una Argentina satelital	http://tiempoargentino.com/nota/135154/de-la-argentina-satelite-a-una-argentina-satelital
	10/16/2014	El satélite Arsat-1 despegará hoy desde la Guayana Francesa	http://tiempoargentino.com/nota/135236/el-satelite-arsat-1-despegara-hoy-desde-la-guayana-francesa
	10/17/2014	Volver al futuro	http://tiempoargentino.com/nota/135286
	10/17/2014	Soberanía y tecnología	http://tiempoargentino.com/nota/135288/soberania-y-tecnologia
	10/17/2014	Soberanía económica y peronismo: ¿tapar satélites con las manos o ponerse en órbita?	http://tiempoargentino.com/nota/135405/soberania-economica-y-peronismo-tapar-satelites-con-las-manos-o-ponerse-en-orbita
	10/19/2014	El lanzamiento de ARSAT-1: historia de una recuperación	http://tiempoargentino.com/nota/135447
	10/19/2014	El ARSAT-1 dio su primer gran paso: “tenemos todas las luces en verde”	http://tiempoargentino.com/nota/135500/el-arsat-1-dio-su-primer-gran-paso-tenemos-todas-las-luces-en-verde
	10/21/2014	Una nueva rama industrial nació con ARSAT	http://tiempoargentino.com/nota/135704/una-nueva-rama-industrial-nacio-con-arsat
	11/4/2014	El ARSAT-1 ya se encuentra en la órbita 81	http://tiempoargentino.com/nota/136828/el-arsat-1-ya-se-encuentra-en-la-orbita-81
	9/29/2015	Un nuevo hito en el desarrollo tecnológico de la Argentina	http://tiempoargentino.com/nota/188379/un-nuevo-hito-en-el-desarrollo-tecnologico-de-la-argentina

AUDIOVISUALES

TÍTULO	DESCRIPCIÓN
Arsat-1 a la altura de las estrellas	Documental dedicado al primer satélite geoestacionario argentino, que muestra el proceso que confluó con la puesta en órbita del Arsat-1. Disponible en www.odeon.com.ar
El club del Deseo	Serie que transmite la señal Acua Mayor, compuesta por seis capítulos, a lo largo de los cuales se trata la temática de sexualidad en adultos mayores a través de talleres a los que ellos asisten. Disponible en www.acuamayor.tda.gov.ar
¡Vamos todavía!	Serie de Acua Mayor que sigue al equipo de NEWCOM (deporte similar al voley, mixto y de gran incentivo para los adultos mayores) “Los Halcones”, desde su formación hasta su participación en los Juegos Evitas. Relatado por Alejandro Apo, se encuentra disponible en www.acuamayor.tda.gov.ar

IMÁGENES

WEB	IMAGEN	LINK
SES Global	Países sobre los que tiene pisada satelital, en banda C, Ka o Ku	http://www.ses.com/fleet-coverage
	Mapa con todos los satélites en órbita y aquellos que está por lanzar. También posee información como lugares en donde posee telepuertos.	http://www.ses.com/7543799/SES-fleet-map.pdf

Sobre todos los sitios visitados, se hizo una observación sobre el contenido de la Web de ARSAT y de TDA, siendo las principales en relación al objeto de estudio:

- **ARSAT (www.arsat.com.ar)**: Con tonos azules y grises, que responden a la identidad de la marca, en la Home de la Web distingue, en el encabezado la frase “Conectando a los argentinos por tierra, por aire y por el espacio” al lado del logo de la empresa.

Hay un rotador de fotos y, a su izquierda, la botonera, donde se encuentran las distintas secciones: Presentación, Satélites GEO, Servicios, Televisión Digital, Fibra óptica, Data Center, Novedades, Contactos y deje su CV, Proveedores, IDE – Infraestructura de Datos Espaciales, Licitaciones y Concursos, TDA – venta online de equipos.

En la primera sección, se encuentra brevemente la historia de la empresa y las autoridades, mientras que los botones Satélites GEO, Televisión Digital, Fibra óptica y Data Center, llevan a la descripción de los distintos servicios que brinda la empresa.

La sección Servicios explica a qué se dedica la empresa. Asimismo, Novedades presenta las distintas noticias, Contactos y deje su CV pone a disposición los canales a través de los cuales poder comunicarse con la empresa y la posibilidad de subir el Currículum Vitae.

Licitaciones es una sección que publica las distintas licitaciones que hace la empresa, y Proveedores es un sitio particular para que accedan los proveedores de ARSAT.

A su vez, IDE – Infraestructura de Datos Espaciales redirige a un micro-sitio de ARSAT que brinda información varia sobre un mapa argentino, como por ejemplo todas las Estaciones Digitales de Transmisión de TDA. De la misma forma, TDA – venta online de equipos lleva a la Tienda ARSAT, desde donde las personas pueden comprar equipos receptores de Televisión Digital Abierta.

Sobre el pie de la Home se ubican botones que dirigen a distintos micro-sitios que posee: Satélites ARSAT, Ginga, Tienda online, Mapa TDA y CEATSA; también un botón que permite descargar un libro hecho desde la empresa sobre el sector espacial argentino, y el Facebook de ARSAT.

- **TDA (www.tda.gov.ar)**: La Televisión Digital Abierta, como parte de su comunicación, cuenta con una página Web, la cual se utiliza para mostrar los beneficios del servicio y fomentar las nuevas señales televisivas, junto a las producciones realizadas en los distintos puntos del país.

En la parte superior, sobre la izquierda de la página, se visibiliza el logo institucional, mientras que a la derecha se encuentra el de Presidencia de la Nación. Los colores azul, blanco y amarillo son los que predominan, los que representan a la TDA.

Debajo de dicha presentación se encuentran las seis secciones del sitio, las cuales se leen de izquierda a derecha en el siguiente orden: TV Digital, Programación, Novedades, Contenidos, Institucional, Contacto.

La primer sección es de gran importancia porque relata en qué consiste el servicio, cuál es su objetivo, los beneficios, cómo acceder, las

señales digitales propias, el mapa de cobertura y demás información de relevancia para el usuario. En Programación se pueden observar la guía de señales que forman parte de la TDA a nivel nacional y a nivel local, como también los Contenidos Digitales Abiertos (CDA).

En Novedades se publican las últimas noticias con respecto a contenidos audiovisuales de producciones de señales estatales. Asimismo, en Contenidos se explica el objetivo que tiene la TDA de desarrollar producciones en todo el territorio nacional. Aquí se encuentra información sobre las señales Acua Mayor, Acua Federal, también del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), del CDA, de los Polos Universitarios, etc.

En último lugar, se encuentran las solapas de Institucional y Contacto. En la primera se informa la perspectiva política que tiene el gobierno nacional sobre el acceso a las tecnologías, haciendo hincapié en que es un derecho universal, y en este sentido muestra las políticas públicas que se desarrollaron. En este apartado también se encuentra el marco normativo que crea a la TDA, la planificación estratégica, información del Consejo Asesor y descargas. En la última sección se observa la prensa y comunicación de TDA, tanto para informarse como para llamar al servicio técnico y hacer reclamos.

En la página principal también se ven grandes imágenes con epígrafes, que corresponden a adelantos de las noticias que están en la sección de Novedades. Sobre el final de la página se encuentran los logos de las distintas señales que son parte del Estado Nacional y componen la grilla de la TDA, como Paka Paka, TaTeTi, Incaa TV, Tec TV, Encuentro y TV Pública.

En última instancia se pueden ver tres recuadros que llevan a la información que aparece en Tv Digital, como ¿Qué es la TDA? ¿Cómo accedo? Y cobertura.

Herramientas conceptuales

Para poder realizar el siguiente trabajo resultó necesario comprender que el concepto de **comunicación** no remite a la idea de un sujeto emisor que transmite un mensaje a un receptor, que lo decodifica a partir de códigos que tienen en común; sino que se debe pensar como una

dimensión de las prácticas sociales, como una relación, un encuentro sociocultural, es decir: “Una tensión que brota, a veces más cerca de un polo... a veces más cerca del otro... siempre en situación. La interlocución hace al tono y por consiguiente la comunicación, lejos de reducirse a la dimensión informativa, se despliega en dimensiones múltiples”¹⁵. En este sentido, no se la puede plantear como meramente racional, tampoco transparente, sino que excede lo simbólico.

Partiendo desde este supuesto, es fundamental que dicha noción se piense desde la relación que establece el sociólogo y semiólogo Héctor Schmucler, donde comunicación y cultura no se tratan como partes aisladas. El autor propone fusionar ambos términos con una barra en el medio, transformándolo en **comunicación/cultura**, lo que significa una unión de los elementos, que reconoce a la vez las diferencias y obliga a tratarlos como un binomio: “La barra acepta la distinción, pero anuncia la imposibilidad de un tratamiento por separado”¹⁶.

En este sentido, al hablar de comunicación no se puede limitar a una concepción tecnócrata, ni generalizar en que todo comunica, en palabras de Shmucler: “La comunicación no es todo, pero debe ser hablada desde todas partes; debe dejar de ser un objeto constituido, para ser un objetivo a lograr. Desde la cultura, desde ese mundo de símbolos que los seres humanos elaboran con sus actos materiales y espirituales, la comunicación tendrá sentido transferible a la vida cotidiana”¹⁷.

De este modo, se entiende a la comunicación como producción social de sentidos, es por ello que, siguiendo al filósofo y comunicador Jesús Martín Barbero, los procesos comunicacionales están acompañados de la cultura y conforman un campo de disputa política, en el cual interfieren los procesos de producción, reproducción y apropiación, ligados íntimamente al poder y la hegemonía de los discursos de una sociedad¹⁸.

15 MASSONI, Sandra (23 de enero de 2013). “Comunicación y sociocultura”. En *Página 12* (en línea). Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-212387-2013-01-23.html>

16 SHMUCLER, Héctor (1984). “Un proyecto de comunicación/cultura”, *Comunicación y Cultura*. N° 12.

17 *Ibíd.*

18 BARBERO, Jesús Martín (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México. Ediciones G. Gili S.A.

Como dice este autor, se deja de hablar de medios para pasar a hablar de “mediaciones”¹⁹, de conocimiento y reconocimiento, lo que hace visibilizar el proceso de recepción como acción no pasiva, ni secundaria, sino primordial para entender los procesos comunicacionales. Esto lleva a comprender la comunicación como un lugar de lucha, de disputa permanente entre los discursos hegemónicos y los contrahegemónicos, por la instalación de nuevos sentidos.

Que el autor hable de mediación significa que no existe comunicación directa. Lo que se comunica a través del lenguaje y de los gestos siempre es interpretado por el otro. Sin dudas, cada diálogo, cada interpretación, es mediada constantemente por lo que llamamos cultura.

Pasar de los medios a las mediaciones tiene como objetivo sacar del centro la técnica para ver la trama, inmiscuirse en la cultura de masas, ya no como algo externo y cuantitativo dice Barbero, pues no se puede entender lo que pasa culturalmente en las masas sin ver sus experiencias.

Esto implicó avanzar sobre la visión reproductiva y negativa de la industria cultural que encontraba en el arte el refugio de la cultura, esa mirada parada desde las clases hegemónicas que se veían amenazadas por lo popular.

Entonces, esta línea teórica exige entender que la televisión, como parte de la industria cultural, no lleva a cabo acciones sólo reproductivas, incluso la mediación tecnológica no es incompatible con la creación artística, ni la standarización de ciertas prácticas significa la anulación total de la tensión creadora.

Se debe abandonar lo mediático para pensar a los medios como popular, teniendo en cuenta lo político. Conocer aquellas experiencias sociales identitarias, poder mezclar lo popular masivo con las culturas de origen, teniendo en cuenta una perspectiva política.

Si se parte de este concepto, la comunicación no sólo engloba al diálogo, sino también a los gestos, a lo dicho, pero sobre todo a lo no dicho, a lo que se oculta detrás de las palabras, a la complejidad que suponen los silencios y los silenciados.

19 BARBERO, Jesús Martín (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México. Ediciones G. Gili S.A.

En este sentido, la comunicadora social Rossana Reguillo reconoce que: “El excedente de sonido, como característica a la época ha sido, quizás, una forma de eludir o invisibilizar aquello que por obvio, por doloroso o vergonzoso, maravilloso o terrible, no podía acceder a la palabra”²⁰.

De esta manera, el silencio fue/es utilizado para mantener esa supuesta verdad que existe a nivel universal, la cual no debería ser puesta en duda. Esas certezas que mantienen la seguridad de “los blancos, los hombres, los adultos, los letrados”²¹. En cambio callaron o no les dieron la palabra a las “otras” historias, aquellas que van en contra de lo habitual, de lo reconocido como “normal” dentro de la sociedad.

En esa línea, el autor “De los medios a las mediaciones” plantea que “la impotencia política y el anonimato social en que se consumen la mayoría de los hombre reclama una ración mayor de imaginario cotidiano para poder vivir. He ahí la verdadera mediación, la función de medio, que cumple día a día la cultura de masa: la comunicación de lo real con lo imaginario”²².

Entonces, se pregunta: “¿Cómo es posible que lo que vale para mi vida cotidiana valga tan poco para la historia si la historia solo cobra verdadera importancia en la medida en que organiza la cotidianidad?”²³. Y con esta interrogación la crítica apunta a la sociedad del espectáculo, que lleva la relación mercantil hasta la cotidianidad, ingresa a los hogares, a las prácticas de las personas, a sus relaciones y hasta a sus cuerpos, a través de múltiples medios, entre ellos la televisión, convirtiéndolos espacios políticos, de lucha de poder, no como una propiedad, sino algo que se ejerce, desde la cultura.

Sin embargo, a pesar de haber dejado afuera tantos relatos a lo largo y ancho de nuestro territorio, la **televisión** es el medio de comunicación con mayor presencia en Argentina. Trajo consigo nuevas formas de comunicarse, nuevos modos de relacionarnos con los otros, de

20 REGUILLO, Rossana (2000). “Identidades culturales y espacio público. Un mapa de los silencios”. Diálogos de la comunicación. N° 59-60.

21 *Ibíd.*

22 BARBERO, Jesús Martín (1991). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México. Ediciones G. Gili S.A.

23 *Ibíd.*

observar a nuestro alrededor, e incluso de identificarnos como ciudadanos.

Para gran parte de la sociedad, hablar de la televisión, es hablar de parte de la vida diaria. Es difícil poder imaginar una casa sin poseer un televisor en alguno de los ambientes que la componen. Algunos prefieren ubicarlo en la cocina o en el living, espacio común para poder disfrutar de la imagen de la tv en familia o con amigos. Otros, eligen mantenerlo en un lugar más íntimo, como en su habitación. Aunque en la actualidad, gran parte de las casas argentinas cuentan con más de un televisor y pueden disfrutarlo en diferentes momentos del día, según la comodidad de los televidentes.

En mayor o menor cantidad, la pantalla chica se prende día a día en los hogares. Según datos de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital (ENCCyED), en más del 80% de las casas se mira TV durante un promedio de 2 horas y 47 minutos todos o casi todos los días²⁴. A esto se le suma los nuevos dispositivos tecnológicos que posibilitan ver televisión, como el caso de las computadoras, notebook, teléfonos celulares, tablet, entre otros.

En el almacén de la esquina se habla de lo que pasó en la novela del momento, en las reuniones entre amigos se sacan conclusiones sobre lo que sucedió en determinados programas, en la escuela, la universidad, se analiza el rol de la televisión en la sociedad argentina. Desde diferentes puntos de vista, en distintos lugares, la pantalla es protagonista y su efecto permite el diálogo constante entre ciudadanos, ese rol de mediación.

Nos permite informarnos cuando lo necesitamos, estar en constante relación con lo que pasa por fuera de nuestras casas y sin la necesidad de estar dedicados únicamente a ver ese programa. Porque esa es otra ventaja, podemos verla y escucharla, mientras cumplimos otras responsabilidades cotidianas, teniendo una función más de flujo.

También entretiene con la cantidad de show que existen en las grillas de los canales; hace reír y no se debe pagar una entrada extra para ello, como en el caso del teatro o el cine. A modo de ejemplo, los programas de humor en el último tiempo ocuparon los horarios de mayor encendido.

24 Argentina, Ministerio de Cultura Presidencia de la Nación. Dirección Nacional de Industrias Culturales. *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital*, 2013.

Y tampoco hay que dejar de decir que la televisión educa y es transmisora de conocimientos para la sociedad. Si bien en Argentina cuesta encontrar programación plenamente dedicada a este rol, en el último tiempo la oferta creció notablemente, por ejemplo con Canal Encuentro, la Televisión Pública y Paka Paka. Este punto es de gran importancia para debatir, discutir y redefinir cuál debe ser el rol de la televisión en la sociedad argentina.

En ese sentido, el investigador en Comunicación Omar Rincón, afirma: “La televisión ha triunfado como medio más popular y como narrador central de nuestras vidas porque ha sabido responder a la temporalidad hogareña, ha promovido relaciones afectivas con sus audiencias e identificaciones en sus públicos, se ha adaptado al tono de la conversación diaria, sirve de compañía en los quehaceres cotidianos, no exige mucho del televidente y le promete mucho: entretenimiento permanente”²⁵.

Por lo anterior expuesto es que, el comunicador denomina a esta generación como los “hijos de la tele”, y considera que es imprescindible en la cotidianeidad. De esta manera, la televisión permite relacionarnos con pares a través de los contenidos que vemos en ella, genera momentos de encuentros y desencuentros, nos sentimos identificados con lo que vemos, o en caso contrario, rechazamos aquello que observamos, pero al fin de cuentas, todo lo que podemos encontrar en ella tiene algún tipo de repercusión en nosotros como televidentes. Como dice Dominique Wolton: “La tv ofrece un nuevo vínculo social en una sociedad individualista de masas. Y cumple un rol muy importante política y socialmente en la modernidad”²⁶.

Muchos son lo que quieren llegar a la televisión, mostrar quiénes son, qué hacen, dar a conocer sus historias, su cultura, generar debates y discusiones, comentar propuestas, buscar fama, divulgar su imagen, en fin, estar presentes en esta arma de poder tan elemental e imprescindible para aquellos que aspiran a tener grandes repercusiones. Porque no se debe olvidar que, como explica Martín Becerra, marca la agenda de lo que se habla en determinadas épocas: “La televisión es el medio de comunicación que, al promediar la segunda década del siglo XXI, sigue ocupando la mayor cantidad de horas de

25 RINCÓN, Omar (2006). *Narrativas mediáticas, O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. España. Gedisa Editorial.

26 WOLTON, Dominique (1999). *Internet, ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. España. Gedisa Editorial.

atención de los distintos sectores sociales”²⁷, su masividad le permite afrontar disputas culturales.

Si bien la televisión marca la agenda de lo que gran cantidad de personas habla en la sociedad, no quiere decir que ese receptor sea un televidente pasivo, sino todo lo contrario, utilizando esta herramienta, saca sus propias conclusiones, de todo lo que pudo observar y escuchar, teniendo en cuenta también su alrededor, sus lazos sociales y la cultura en la que se encuentra inmerso. Por ello, en el presente no se puede avalar la teoría de la aguja hipodérmica, la cual considera que los receptores son pasivos. La televisión entretiene, informa, educa; sin embargo cada receptor construye sus propios sentidos e interpreta cada información.

En este sentido Barbero considera que, “las mediaciones son entendidas aquí como ese <lugar> desde el que es posible percibir y comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción: que lo que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver”²⁸.

Con ello, se afirma que la televisión no produce sino en tanto y en cuanto no toma las demandas de los receptores, pero a su vez, estas se vuelven legítimas cuando las resignifica en función del discurso hegemónico que hay en la sociedad.

De esta manera, los productores, quienes trabajan en televisión, tienen la misión de reconocer qué historias, qué cosas, qué modos de contar, informar o entretener son valiosas. Existe un permanente tire y afloje, entre los productos que hay para ver y lo que la gente quiere observar. Entonces, la televisión, como plantea Omar Rincón: “Provee los sentidos del entretenimiento y las pertenencia colectivas”²⁹.

En este nuevo siglo, la estructura de la televisión, su contenido, su

27 BECERRA, Martín (2015), “Cultura y comunicación: la revolución digital con final abierto”, *FIBRA Tecnología de la comunicación*. Año 1, N° 4.

28 BARBERO, Jesús Martín (1987). “La telenovela en Colombia. Televisión, melodrama y vida cotidiana”. *Diálogos de la comunicación*. N° 17.

29 PAULONI, Silvina Mariel (2013). *Tv digital. Un diálogo entre disciplinas y multipantallas*. Ediciones EPC de Periodismo y Comunicación. Argentina.

estética, se rediscute, se replantea su hacer, por ello: “Habrá televisiones, no una televisión. Y las televisiones que llegarán tendrán que buscar otro modelo de negocio que no sea el vender audiencias masivas, sino juntar comunidades y proveer cercanías a los televidentes. Somos masa-mercado pero sintiéndonos sujetos-comunidades”³⁰. Y ahí el gran desafío de la TDA, lograr que ese sentimiento de sujetos-comunidades sea una realidad.

Estas nuevas televisiones, que vienen a convivir con la televisión, tienen la exigencia de innovar, de imaginar, explorar, crear: “Hay que inventar formatos periodísticos que encuentren la narrativa de la existencia, profundicen sobre la vida cotidiana”³¹.

En la actualidad, no se puede negar la relevancia que tiene la televisión para cada ciudadano. Este medio permite informarse, acceder a lo que pasa en el mundo y en el país. No tener la posibilidad de contar con este servicio aísla de parte de lo que sucede en la sociedad. Por lo que es de gran importancia que el Estado ofrezca tener de manera gratuita la Televisión Digital Abierta.

En este sentido, tanto el gobierno de Néstor Kirchner, como los dos períodos de gobierno de Cristina Fernández, se caracterizaron por desarrollar diferentes medidas de carácter universales con la prioridad de profundizar la inclusión social, no sólo desde el carácter económico.

Este desplazamiento significa repensar el rol del **Estado**, el cual ya no sólo debe cumplir funciones explicadas desde los modos de producción de capital, sino que el sistema político se ve obligado a asumir tareas ideológicas.

Dicho rol se refleja en la participación del Estado argentino como uno de los actores promotores de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que se sancionó el Congreso Nacional en el año 2009, y cuyo objetivo principal fue la regulación y democratización de los medios radiofónicos y televisivos.

Esta ley, que se originó a partir de una demanda social y de una lucha histórica, empujada por la Coalición por una Radiodifusión Democrática, espacio diverso conformado por trabajadores de prensa, uni-

30 PAULONI, Silvina Mariel (2013). *Tv digital. Un diálogo entre disciplinas y multipantallas*. Ediciones EPC de Periodismo y Comunicación. Argentina.

31 *Ibídem*.

versidades, organizaciones sociales, entre otros, apuntó a modificar la estructura de propiedad y la producción de contenidos.

De esta manera, con la ley se buscó dar voz a aquellos silenciados de los que habla Rossana Reguillo, fomentando la pluralidad de miradas y rompiendo con los discursos hegemónicos que callaron a gran parte de la sociedad históricamente.

A diferencia de lo ocurrido durante la década del 90, durante el gobierno de Carlos Menem, el cual propuso un Estado ausente e instaló el neoliberalismo en Argentina; desde 2003 bajo la tutela del presidente Néstor Kirchner, el rol del Estado tomó un rumbo totalmente distinto, con mayor presencia e intervención en lo económico y social.

En los últimos doce años de gobierno kirchnerista se pasó de ser un país endeudado, al desendeudamiento, de ser el mercado el principal asignador de los recursos, a que el Estado se ocupe de impulsar el modelo productivo, acompañado de un desarrollo inclusivo (la acumulación). Se dejó de subordinar la política a la economía, para que la política tenga un lugar privilegiado, atrás quedó la preocupación por el ascenso individual, la asistencia solo para los grupos vulnerables, y la idea de una inserción dependiente del mundo globalizado, para dar paso a aquella cuyo privilegio era la autonomía y defensa de los intereses propios³².

Para esto, el Estado generó e implementó determinadas políticas públicas con el objetivo de incidir en la realidad social y generar mejores condiciones de vida y mayor inclusión social para todas y todos los ciudadanos.

Tal es el caso del Programa *Conectar Igualdad*, el cual se creó en abril de 2010 a través del Decreto N° 459/10, firmado por la entonces presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, con el objetivo de revalorizar la escuela pública y de que cada estudiante del país cuente con su notebook. Al igual que la TDA, el Conectar Igualdad tiene como fin reducir la brecha digital en el país, apostando a la inclusión social de todos los habitantes.

De esta forma, disminuir la brecha digital desde la TDA es poder ga-

32 GARCÍA DELGADO, Daniel y RUIZ, Cristina (2013). “El nuevo paradigma. Alguna reflexiones sobre el cambio epocal”, *Estado y Políticas Públicas*. Año 1, N° 1.

rantizar el acceso a la información y el derecho a la comunicación desde el Estado, e invertir en pos de ello. Entonces, es también un cambio de óptica. La televisión abierta ya no es un resabio para las clases populares, sino un tema de agenda para el gobierno, no es consecuencia de la televisión paga, sino proyección y planificación, independientemente de los servicios privados.

Y así poder culminar con la injusta diferenciación que permite que solo vea bien televisión el que puede pagar, y el que no logra costear los gastos no puede contar con un servicio de calidad, tanto en su tecnología como en su contenido.

No se puede dejar afuera el escenario actual y los cambios que se produjeron a partir de las nuevas tecnologías de comunicación. Lo que Martín Becerra llama: “Una revolución en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación”³³, trajo consigo transformaciones no solo en las etapas de producción cultural, sino que también en las prácticas sociales, culturales, usos y consumos.

En ese sentido, se denomina **brecha digital** a la diferencia que hay entre los sectores sociales y culturales que tienen mayor acceso a las tecnologías y la información, de aquellos que no cuentan diariamente con este tipo de herramientas. Arturo Serrano deja en claro el concepto de la siguiente manera: “La brecha digital se define como la separación que existe entre las personas (comunidades, estados, países...) que utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como una parte rutinaria de su vida diaria y aquellas que no tienen acceso a las mismas y que aunque las tengan no saben cómo utilizarlas”³⁴.

Sin embargo, este diferencial se puede afrontar con diversas políticas, donde “el Estado toma la responsabilidad de promover y facilitar no sólo el acceso a las TIC pero también su utilización, dando a estas herramientas un carácter inclusivo para los sectores más desventajados de la sociedad”³⁵.

33 BECERRA, Martín (2015). “Cultura y comunicación: la revolución digital con final abierto”. FIBRA Tecnología de la comunicación. Año 1, N° 4.

34 SERRANO, Arturo y MARTINEZ MARTINEZ, Evelio (2003). La brecha digital: mitos y realidades. México. Departamento Editorial Universitaria, México.

35 *Ibíd.*

En este sentido, el proyecto de Televisión Digital Abierta deja en claro que su objetivo se basa en construir una nueva forma de hacer y ver televisión, que no compite con los servicios pagos, sino que se complementa por su característica diferencial, accesible a todos los ciudadanos del territorio nacional de forma totalmente gratuita. Y cuando se refiere al total de la sociedad, muestra su carácter inclusivo, no sólo en términos económicos, sino también territoriales y de accesibilidad.

Resulta útil destacar este tipo de inversiones por parte del Estado, teniendo en cuenta las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, porque no solo permite estar informado a un mayor porcentaje de la comunidad, sino que también hace que más ciudadanos se sientan parte de ella, ya que como afirma Jesús Martín Barbero: “Las tecnologías hoy son un lugar de batalla estratégica para redefinir el futuro de las sociedades”³⁶.

Entonces, para reducir la llamada brecha digital se necesita un gobierno presente, con intervención en el Estado, que sea capaz de tener la capacidad para evaluar, reflexionar, pensar, diseñar y ejecutar políticas públicas que favorezcan la inclusión social y así, poder lograr una mayor igualdad de oportunidades en todos los sectores sociales.

Hablar sobre las **políticas públicas** implica pensar en un objeto de estudio complejo y multifacético, que requiere una mirada transdisciplinaria, cuyo carácter central es su orientación hacia la solución de problemas. Por lo que, en un principio se puede plantear que busca solución a un problema que se considera prioritario para el Estado, en pos de la ampliación democrática.

Al igual que en el resto de las políticas públicas, en las políticas digitales se pueden observar cuatro momentos: identificación del problema, diseño de la política, implementación, y evaluación. Todos ellos atravesados por factores exógenos, como el nivel de desarrollo y estabilidad de país, y endógenos, como el grado de consenso en torno a la medida y la disponibilidad de recursos.

Lo que ello significa que una política digital y la estrategia que sobre ella se desarrolla están fuertemente ligadas al rango de prioridades

³⁶ BARBERO, Martín Jesús (2003). *Comunicación y Universidad*. Conferencia. Uruguay.

que establece un gobierno, así como la concientización que la sociedad tiene sobre el acceso a la información, en este caso a través de la tecnología.

El Estado Nacional entonces, apuntó a una política pública que busca llegar a todos los ciudadanos sin acceso a una televisión de calidad, pero que tiene múltiples líneas de acción, que van más allá de los sectores socio-económicos más vulnerables, a partir de una visión de la televisión “como espacio de conflicto para la construcción simbólica del modelo de producción de sentido de la comunicación”³⁷.

Una nueva televisión que pone en crisis la construcción de relatos, que promete generar una identidad colectiva, la del receptor, donde los mismos ciudadanos sean capaces de poder desarrollar y llevar a la televisión aquellas historias que forman parte de sus raíces.

Siguiendo con lo anterior, en este tipo de políticas se ve la fuerte presencia de un Estado Benefactor, donde los conflictos sociales se transforman en reducción de inequidades, en este caso de la brecha digital, pero también en participación política y en integración social.

Telecomunicaciones en Argentina

El sector espacial es fuertemente estratégico, sensible, y donde muy pocos países pueden intervenir, ya que es complejo contar con la capacidad técnica, operacional y financiera para desarrollarse en esta industria.

Como elemento finito que es, la asignación de órbita geoestacionaria es arbitrada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), que cede el recurso órbita (que es la posición orbital, la banda de frecuencias utilizadas y la zona de cobertura) a un país de acuerdo a un conjunto de factores vinculados a su economía y capacidad de desarrollo.

La nación asignada debe ocupar la posición en un plazo determinado, con satélites propios o no, de empresa pública o privada, caso contrario la UIT se encuentra en condiciones de quitarle dicha posesión.

37 PAULONI, Silvina Mariel (2013). *Tv digital. Un diálogo entre disciplinas y multipantallas*. Argentina. Ediciones EPC de Periodismo y Comunicación.

Para contextualizar, es importante explicar que los satélites geoestacionarios están ubicados en la órbita GEO (geoestacionaria), a 35.786 km de la Tierra sobre el plano del Ecuador, y tienen la particularidad de permanecer siempre en la misma vertical sobre la Tierra, es decir, en el igual punto. Por ende, los satélites ubicados en esa posición tienen un período de rotación alrededor de la Tierra de 24hs (mismo tiempo de rotación de ésta sobre su eje), por lo que para el observador terrestre el satélite permanece fijo en un punto.

La órbita GEO permite el desarrollo de las comunicaciones a grandes distancias, aprovechando que el satélite parece quieto, mediante el apuntamiento de antenas fijas desde la Tierra al satélite, este retransmite las señales emitidas desde ellas, a su área de cobertura.

El perímetro de la órbita GEO es de 265.000 km, soporta un importante número de satélites que necesitan un contacto permanente con las antenas en Tierra (la mayoría se utilizan para telecomunicaciones), sin embargo, su capacidad es limitada, siendo un recurso muy demandado por sus cualidades.

Por eso, los satélites son muy importantes actualmente para las telecomunicaciones, brindando servicios directos a los usuarios, por ejemplo a través de la televisión directa al hogar, como integrando las redes troncales de telecomunicación y llegando a zonas del territorio que no se alcanzan con otra infraestructura.

En el presente hay más de mil satélites operativos en el mundo, más de la mitad son geoestacionarios de telecomunicaciones. Concretamente, según publicaciones correspondientes al 2014: “El 38% corresponde a satélites comerciales de telecomunicación, el 11% a satélites gubernamentales civiles de telecomunicación y otro 9% a satélites militares de telecomunicación. Además, entre 20 y 30 satélites al año son puestos en órbita geoestacionaria para el mercado comercial de telecomunicación”³⁸.

Pero dicha cantidad no quiere decir que sea igual el número de países, es por eso que Argentina entró al selecto grupo de naciones con capacidad de fabricación de satélites geoestacionarios propios, conformado por: Estados Unidos, Rusia, China, Euro-zona, Japón, India, e Israel. De esta manera, ARSAT, como empresa del Estado, es “el

38 DREWES, Lorena (2014). *El sector espacial argentino: instituciones referentes, proveedores y desafíos*. Argentina. ARSAT.

agente responsable de vehiculizar la construcción en el país de satélites geoestacionarios de telecomunicaciones y de realizar la explotación y uso de los correspondientes servicios satelitales”³⁹.

La tarea en manos de esta empresa significa la decisión del Estado de no dejar en privados la explotación de este sector, reconociéndose como actor capaz de llevar a cabo de forma sustentable este negocio, pero por sobre todo “con una visión de ampliación de derechos, igualdad social e integración regional”⁴⁰.

—
NahuelSat era un consorcio privado, creado en la década de 1990, que encabezaban la empresa alemana DaimlerChrysler (hoy Airbus) y la italiana Finmeccanica, y tenía socios como la Corporación Financiera Internacional del Banco Mundial, Lampebank, GE Capital Global Satélites Inc., Telecom, grupo Banco Provincia, Grupo Bisa y Antel, de Uruguay.

En el año 1991, el Gobierno nacional adjudicó a este grupo la provisión y operación de satélites. El primero, Nahuel-1, de propiedad argentina, construido por el consorcio EADS, se ubicó en la posición orbital de 71,8 grados oeste en enero de 1997.

El segundo satélite debía colocarse en la posición 81 grados oeste antes del 19 de octubre de 2003, órbita reservada a Argentina por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) tras un acuerdo recíproco firmado con Estados Unidos. Llegada la fecha, NahuelSat no había ni siquiera comenzado a construir el segundo satélite. Este incumplimiento puso en riesgo la posición orbital, reclamada principalmente por Gran Bretaña.

Es por ello que, en agosto de 2004 se oficializó, mediante resolución 188/2004 de la Secretaría de Comunicaciones, publicada en el Boletín Oficial, el fin de la licencia para NahuelSat. En la misma entiende que, dicha asignación se llevó a cabo sin determinar la fecha de puesta en servicio del segundo satélite, por el contrario, se dio un recurso destinado a ocuparse “por un objeto indeterminado, sin garantías y

39 Ley 27.208. *Ley de Desarrollo de la Industria Satelital*. Anexo: Plan Satelital Geoestacionario 2015-2035. Boletín Oficial de la República Argentina. 09 de noviembre de 2015.

40 *Ibíd.*

en fecha incierta”⁴¹.

Por eso, el gobierno de Néstor Kirchner interviene, debido a que: “El Estado Nacional tiene el ejercicio y la tutela de la coordinación y conducción política de toda la sociedad, con la expresa finalidad de lograr el bien común pleno (...) que el rol del Estado no puede sustituirse ni reemplazarse ya que comprende el ejercicio del derecho en vías a concretar la finalidad del bien común (...) Que dado el carácter del Estado Nacional de servidor público, debe procurar cuidar los intereses de la sociedad, satisfaciendo y protegiendo sus necesidades”⁴².

De acuerdo a lo anterior: “Revócase, por razones de ilegitimidad, la Resolución S.C. Nro. 2593 del 27 de noviembre de 1998, por nula de nulidad absoluta”⁴³. A partir de ello, el por entonces presidente de la Nación Néstor Kirchner, solicitó una prórroga de dos años, tiempo en el cual se toma la decisión de construir un satélite propio.

A su vez, en agosto de 2007 Nahuel-1 tuvo una falla irreversible del sistema de propulsión. El equipo de ingenieros satelitales de NahuelSat desarrolló un procedimiento manual de control de órbita y orientación, migrándose finalmente los servicios a otro satélite ubicado en la posición 72 grados oeste, el AMC-6, también del grupo holandés, y así superar el riesgo de perder esta órbita.

En línea con estas decisiones políticas se creó ARSAT y el Estado expropió los activos de NahuelSat, debido a los incumplimientos en sus inversiones.

ARSAT es la empresa de telecomunicaciones del Estado nacional que brinda sus servicios a partir de infraestructuras terrestres, aéreas y espaciales.

Se creó en el año 2006 por Ley 26.092, con el objetivo de ocupar y defender con satélites las posiciones orbitales que la Unión Internacional de Telecomunicaciones había asignado a Argentina.

“Créase la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales Sociedad

41  Ibidem.

42 Ley 27.208. *Ley de Desarrollo de la Industria Satelital*. Anexo: Plan Satelital Geoestacionario 2015-2035.  Boletín Oficial de la República Argentina. 09 de noviembre de 2015.

43  Ibidem.

Anónima AR-SAT. Estatuto social. Otorgase a dicha empresa la autorización de uso de la posición orbital 81° de Longitud Oeste y sus bandas de frecuencias asociadas”⁴⁴.

Establecida como sociedad anónima se define que el 98% de su capital accionario corresponde al Ministerio de Planificación, Inversión Pública y Servicio, y el 2% al Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación.

Más allá de lo que respecta a la materia satelital, ARSAT amplía sus servicios en materia de telecomunicación:

- Red Federal de Fibra Óptica (ReFeFO): desde 2010 implementa un tendido que prevé llegar a los 58.000km, alcanzando las zonas más inhóspitas del país, aquellas en las cuales no llega otra empresa. La ReFeFO es una red de transporte de datos que incrementa la calidad y extensión de la penetración de la banda ancha en todo el país, con una red troncal federal, que se organiza en trece regiones geográficas, y redes provinciales interconectadas a ella. La troncal transporta el tráfico IP entre los puntos de acceso provinciales y el punto nacional de acceso, en el Data Center ubicado en ARSAT, en Benavidez. Estos 58.000km de extensión significan 2.600 localidades y 36 millones de personas, llegando al 90% de la población.
- Centro Nacional de Datos: la empresa cuenta con el data center más seguro del país, con certificaciones Tier III, por su diseño y por su construcción, del Uptime Institute, que es la principal autoridad en el tema. Este centro de procesamiento de datos tiene una superficie total de 4.200 metros cuadrados, cuatro salas con una capacidad de alojamiento de infraestructura tecnológica de 600 racks y una sala de máxima seguridad. Ofrece servicios de housing (colocación de equipamiento), hosting (alojamiento en servidores de ARSAT) y cloud computing (en la Nube ARSAT).
- Televisión Digital Abierta: responsable de la implementación y desarrollo de la TDA, ARSAT crea una plataforma que cuenta con más de 80 Estaciones Digitales de Transmisión, además de un sistema de cobertura satelital, a través del ARSAT-1. A su vez, impulsa su plataforma de recepción, trabajando en la venta de equipos y en la gestión de los planes Mi TV Digital, Mi TV Digital Satelital y Mi TV Digital

44 Ley 26.092. *Empresa Argentina de Soluciones Satelitales*. Boletín Oficial de la República Argentina. 27 abril 2006.

Accesible, en pos de garantizar el acceso a todos los ciudadanos. El proyecto de la TDA se trabaja de forma integral desde la empresa de telecomunicaciones.

Con su Estación Terrena ubicada en Av. Juan D. Perón 793, Benavídez, Provincia de Buenos Aires, se despliega en un terreno de 57 hectáreas aproximadamente, con varios edificios azules y blancos, que responden a la identidad gráfica de la empresa, relacionados por un camino realizado para la circulación en auto o caminando.

Su complejo se destaca no sólo por su infraestructura, sino por su innovación tecnológica y su alto nivel de seguridad. Así, por ejemplo, sólo pueden ingresar al predio quienes trabajan en el lugar y cuentan con una tarjeta electrónica personal, caso contrario, si es alguien ajeno a la empresa, debe hacerlo con autorización.

Con 43 antenas de diversos tamaños, la empresa realiza el envío y recepción de señales y el control y monitoreo de los dos satélites propios. A su vez, cuenta con un edificio técnico, en el cual, entre otras cosas, se controlan los satélites y se envían y reciben las señales de TDA, un edificio administrativo, el Data Center, un depósito y un edificio que trabaja lo vinculado a la informática del lugar, que se complementa con una cancha de fútbol y un quincho, construidos durante la gestión del Ing. Matías Bianchi, para recreación de los empleados.

El primer satélite geoestacionario argentino, **ARSAT-1** fue especificado por ARSAT y diseñado e integrado por la empresa estatal rionegrina, Investigación Aplicada (INVAP). Como se expresa en el Plan Geoestacionario: “El desarrollo de satélites geoestacionarios se basó en importantes inversiones estatales, lo mismo que la existencia de un sector espacial actualmente liderado por ARSAT, INVAP, CONAE, VENG y CEATSA, pero conformado también por una multiplicidad de pymes proveedoras y de centros de investigación”⁴⁵.

Al momento del lanzamiento, su peso era, con combustible, de 2.973 kg, su cuerpo principal mide 2 metros de ancho por 1,8 metros de alto y 3,95 metros de profundidad. Una vez en órbita, con sus paneles solares desplegados, llega a 16,42 metros de largo.

⁴⁵ Ley 27.208. *Ley de Desarrollo de la Industria Satelital*. Anexo: Plan Satelital Geoestacionario 2015-2035. Boletín Oficial de la República Argentina. 09 de noviembre de 2015.

Los satélites necesitan el menor peso posible, y a la vez ofrecer resistencia a las fuerzas estructurales y térmicas que deben afrontar en las etapas de lanzamiento y vida en órbita. Es por ello que su diseño es robusto, brindando solidez, con componentes que se utilizaron en la fabricación de satélites previamente

El ARSAT-1 orbita a 35.786 km de distancia de la Tierra, sobre la posición 72° de longitud Oeste, y tiene una duración de 15 años aproximadamente. Brinda servicios de televisión, internet, telefonía y datos, y es un proyecto “único por sus características centrales: fase de manufactura, ensamble, integración y ensayos (MAIT) en territorio local, fuerte inversión estatal en generación de recursos humanos y estructuración alrededor de una operación comercial existente”⁴⁶.

Con la experiencia de un satélite, en menos de un año el país lanzó el segundo, **ARSAT-2**, para ubicarlo en la posición orbital 81° Oeste, y así en menos de diez años ARSAT cumple con su objetivo fundacional.

Con tres antenas, que emiten en banda Ku y C, se desarrolló para brindar servicios de telecomunicaciones en América en tres coberturas: sudamericana, norteamericana y hemisférica.

Similar al ARSAT-1, este segundo satélite, además de tener otra pisada sobre el continente, posee una antena más y, al igual que su predecesor, se diseñó en ARSAT y se fabricó en INVAP, llevándose a cabo los ensayos en CEATSA.

Con un lanzamiento exitoso el 30 de septiembre de 2015, el ARSAT-2 quedó en una órbita elíptica de 300 km a la altura de perigeo, desde donde la Estación Terrena de Benavidez de ARSAT tuvo a su cargo las tareas correspondientes para ubicarlo en la posición final geoestacionaria 81° de longitud Oeste a 35.786 km de altura.

La **Televisión Digital Abierta** es un servicio de Tv que transmite 16 señales nacionales con alta calidad de imagen y sonido, dos de ellas en HD. Es la nueva televisión de aire, gratuita, que reemplaza a la tv analógica, mejorando la calidad de servicio.

Llega a todo el país a través de dos sistemas de transmisión:

⁴⁶ Ley 27.208. *Ley de Desarrollo de la Industria Satelital*. Anexo: Plan Satelital Geoestacionario 2015-2035. Boletín Oficial de la República Argentina. 09 de noviembre de 2015.

- De forma satelital: cubriendo todo el territorio nacional, incluyendo la Península Antártica y las Islas Malvinas. A través de este sistema, la persona recibe la señal directamente desde el satélite ARSAT-1, conectando a su televisor el Kit Satelital, compuesto por una antena parabólica y un decodificador.

- De forma terrestre: la señal se transmite a través de Estaciones Digitales de Transmisión (EDT), que son torres ubicadas en ciudades estratégicas de forma tal de cubrir más del 80% del país. Para recibir la señal, la persona debe conectar a su televisor una antena UHF apuntada hacia la EDT de su localidad, y un decodificador, el cual en los televisores fabricados desde el 2013 viene incorporado⁴⁷.

Es importante destacar que, en Argentina la televisión digital llegó por iniciativa del Gobierno Nacional en el año 2010, a diferencia de otros países, en donde la migración de tecnología se delegó a sectores privados, se tomó como política de Estado de forma integral.

Por ese motivo, se creó el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), a través del Decreto 1148/2009, adoptando la norma de transmisión brasilera, ISDB-T, basada en la japonesa (ISDB). A su vez, tanto el despliegue del sistema terrestre como el satelital se llevan a cabo desde ARSAT.

En cuanto a la recepción de la señal, desde el gobierno se implementaron tres programas que brindan el equipamiento necesario para captar la señal a aquellas personas que, por su situación socio-económica, corren riesgo de no poder realizar la migración tecnológica por sus propios medios. Es por ello que se pusieron en funcionamiento los siguientes programas, en pos de garantizar desde el Estado la igualdad de posibilidades de acceder al servicio:

- Mi Tv Digital: Consiste en la entrega de equipos receptores de TDA Terrestre a aquellas personas que por su situación socio-económica no pueden obtenerlo y que se encuentran en localidades con cobertura del servicio terrestre.

- Mi Tv Digital Satelital: Al igual que el anterior, se desarrolló para quienes no pueden comprar el Kit Satelital de TDA y no hay en su localidad cobertura de TDA Terrestre. Dicho programa pensó en la entrega, pero también incluye instalación, debido a la complejidad del equipo, ya que la antena debe apuntarse al

⁴⁷ Resolución 7/2013. Secretaría de Comunicaciones. 12 agosto 2013.

satélite ARSAT-1.

- **Mi Tv Digital Accesible:** Destinado a personas con alguna discapacidad sensorial (visual o auditiva), motriz de sus miembros superiores, o neurológica, consiste en equipos receptores de TDA Terrestre con más funcionalidades para que estos usuarios puedan disfrutar del servicio de televisión.

En concordancia, por decreto nacional, se reglamentó que los televisores tienen que adoptar la norma ISDB-T, por lo que deben incorporar al equipo el sintonizador de señal de Televisión Digital Abierta Terrestre, así como el middleware Ginga, que es el que permite el funcionamiento de aplicaciones de información complementaria e interactivas. Es importante aclarar que dicha normativa aplica solo para el sistema de transmisión terrestre.

A su vez, desde el Estado se trabaja en base a la grilla de señales que componen la plataforma y la llegada a los usuarios, no sólo a aquellos beneficiarios del programa, sino a su totalidad, entendiendo la TDA como un servicio gratuito para todos.

Desde lo técnico, la digitalización significa un fuerte ahorro de espectro radioeléctrico, ya que el espectro que se utiliza para la transmisión de la Televisión Digital Abierta Terrestre, conformada por Estaciones Digitales de Transmisión que reciben la señal y la amplifican a un radio de 50km de distancia, es más aprovechado que el sistema de transmisión analógico. Con esta nueva tecnología, para transmitir la misma cantidad de información, se requiere entre cuatro y cinco veces menos de espectro.

El espectro radioeléctrico es un recurso natural, finito, que constituye un bien de dominio público, por ende, las decisiones en relación a su uso son de importancia pública, porque impactan sobre el desarrollo económico y social.

Es un medio intangible que puede utilizarse de manera combinada con otros medios tangibles, como fibra óptica, o no, para brindar distintos servicios de comunicaciones (radiodifusión, internet, telefonía, televisión), relacionados con seguridad, emergencia, investigación científica, así como también usos civiles y militares, entre otros.

Al ser un recurso limitado, es importante la intervención del Estado en cuanto a su repartición y uso. En ese sentido, la transición de la tecnología analógica a la digital significa de gran importancia, ya que esta modernización genera un ahorro de espectro radioeléctrico, que

se denomina Dividendo Digital.

Historia de la televisión en Argentina

No fue fácil la llegada del medio televisivo al territorio argentino, ya que los altos costos de los equipos y el perfeccionamiento de los técnicos en el exterior hicieron que se retrase el arribo. Como afirmó la Doctora en Comunicación Silvina Pauloni: “Cuando llega la televisión a nuestro país, en el resto del mundo ya se estaban maravillando con la televisión color”⁴⁸.

Sin embargo, con grandes expectativas, la televisión en Argentina se inauguró el 17 de octubre de 1951 durante el gobierno del presidente Juan Domingo Perón. A diferencia de la radio, el medio más importante de la época que había nacido décadas atrás por decisión privada, la TV fue por iniciativa de una política de Estado. El responsable que eligió Perón para que llevara adelante la primera transmisión desde L3 Radio Belgrano fue Jaime Yanquelevich.

Si bien, todavía eran pocos los puntos de la ciudad que contaban con aparatos receptores, el peronismo apostó a instalar una antena en el Ministerio de Obras Públicas y fundar el primer canal argentino, Canal 7, con la emisión del inmortalizado discurso de Eva Perón en Plaza de Mayo. Aquella tarde algunos ciudadanos que no estaban en la Plaza, dejaron la radio por un rato para dirigirse a diferentes bares, cafés y negocios porteños que contaban con esta innovación.

No obstante, Mirta Varela, explica cuál era el significado de la televisión para los ciudadanos de aquella época: “Es importante tener en cuenta que ese día hubo más gente en la Plaza viendo el acto in situ, que mirándolo por televisión. Lo cual deja en claro que si hablamos de la historia de un medio de masas, habría que esperar todavía mucho tiempo para poder pensar la televisión de ese modo en Argentina”⁴⁹.

De todas formas, el canal público apostó a desarrollar los primeros

48 PAULONI, Silvina, CODONI, Florencia (2013). “Televisión, Historia y Política”. *Trampas de la Comunicación y la Cultura*. Año 12, N° 77.

49 VARELA, Mirta (2011). *Historia de la televisión en Argentina (I). Técnica, cultura y política en la historia de los medios*. Argentina. REHIME.

formatos en este nuevo medio y para noviembre ya eran varios los artistas, camarógrafos, técnicos, directores, que trabajaron de manera conjunta para poder armar la primera grilla del canal.

Los ciudadanos estaban sorprendidos con esta nueva adquisición, de estar acostumbrados a ser radioescuchas, de a poco se fueron convirtiendo también en televidentes. Ya no solo tenían que escuchar y estar en silencio prestando atención e imaginando, sino que ahora además contaban con la imagen para observar a aquellos artistas de renombre.

Con respecto al contenido de la época, en un primer momento el formato de producción nacional más importante, y que sigue vigente hasta nuestros días, fue el telenoticioso, luego aparecieron los musicales y los programas de cocina. Recién en 1956 surgen las telenovelas en la pantalla chica.

No obstante, durante esta etapa la nueva adquisición no pudo competir en importancia con la prensa, la radio ni el cine. Debido a la tardía falta de masividad, es que todavía no era relevante para las personalidades y políticos. Incluso, ni el peronismo, que tomó la iniciativa de instalarla en el país, pudo lograr una repercusión de sus políticas por tv, ya que Perón sufrió el Golpe de Estado antes de que se vuelva un medio de gran notabilidad para la sociedad.

Primera Ley de Radiodifusión en Argentina

A diferencia de gobiernos anteriores, con errores y aciertos, el peronismo buscó la forma de organizar y regularizar la comunicación en el territorio nacional. De este modo, en 1953, se sancionó la primera Ley de Radiodifusión en Argentina, luego de ser debatida en el Congreso Nacional. En la misma se estableció que el servicio de radiodifusión debía ser de “interés público” y que el Estado tenía la obligación de controlar, tanto la parte técnica, como económica y cultural, en pos de beneficiar el interés general del país⁵⁰.

En ese sentido, para ser poseedor de un medio de comunicación, la ley consideraba que era obligatorio ser argentino nativo. También restringía la cantidad de servicios con los que podía contar una per-

50 RECALDE, Artiz (2008). “Análisis de la Ley del Servicio de Radiodifusión 14.241 del año 1953”. *Revista Question*. Año 1, N° 18. Recuperado de <http://pe-rio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/602/513>

sona o grupo económico, no permitiendo la posibilidad de que se generen oligopolios. Además ponía énfasis en la función cultural de los medios de comunicación para defender las tradiciones y producciones nacionales, frente a las extranjeras.

Sin embargo, todo esto tuvo un giro radical en 1955, luego del golpe de Estado al segundo gobierno de Perón. La Ley de Radiodifusión se pasó por alto y los medios de comunicación volvieron a estar al servicio de manos privadas y capitales extranjeros, que aprovecharon esto para aumentar su poder y enriquecer sus bolsillos:

Por estos años también comenzó la producción nacional de aparatos receptores, ya que los primeros televisores habían llegado del exterior. A su vez, en 1957 se sancionó el Decreto Ley de Radiodifusión que establecía el carácter individual de licencias.

A pesar de las diferentes visiones que tenían los gobiernos sobre el fin que debía cumplir este medio para los ciudadanos argentinos, ya era un hecho que, con control por parte del Estado, o entregada a manos privadas, la televisión había llegado para quedarse en el país. Cada vez eran más ciudadanos los que buscaban la forma de ahorrar para poder tener la nueva distracción en el living o cocina de su casa.

La televisión como negocio: Desde los 60 hasta el 2000

Al mismo tiempo que crecía la popularidad televisiva, por finales de los 50 nació en Córdoba la televisión privada. A principios de los años 60 siguió el crecimiento con la inauguración de canal 9 Cadete, canal 13 Proartel y Teleonce en el área metropolitana de Buenos Aires. También surgen históricos señales del interior como en Mar del Plata y Rosario, sumado a Canal 2 de La Plata.

Sin marco legal que le ponga límites a las inversiones extranjeras, tanto el actual canal 9, como canal 11 y canal 13, apostaron a generar acuerdos con productoras de contenidos norteamericanas, tal es el caso de la NBS, ABC y CBS⁵¹. A pesar de que en los papeles las productoras reconocían que solo se limitaban a proveer programación y contenidos, se evidenciaba que en realidad eran las verdaderas due-

⁵¹ RECALDE, Artiz (2008). “Análisis de la Ley del Servicio de Radiodifusión 14.241 del año 1953”. *Revista Question*. Año 1, N° 18. Recuperado de <http://pe-rio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/602/513>

ñas de los canales de televisión⁵².

En este sentido, se produjo un negocio cien por ciento rentable para los capitales extranjeros, mientras el único canal que pertenecía al Estado, el 7, se debilitaba cada día más. No contaba con inversión y gran parte de su staff emigraba hacia las nuevas emisoras, que con importantes avances técnicos buscaban la manera de llegar a mayor cantidad de público.

De este modo, con la caída del gobierno de Juan Domingo Perón, la televisión dejó de entenderse por parte del Estado como “un bien público” y comenzó a ser reconocida como un negocio, se pasó de ver a los televidentes como ciudadanos a observarlos como clientes.

Lo mismo sucedió con los contenidos: el rol cultural que pretendía darle el peronismo a la tv, quedó atrás para facilitarle el espacio a los objetivos de los inversores privados. Las grillas se fueron llenando de contenido extranjero, que poco tenían que ver con las tradiciones y orígenes del país.

La década del 60, sin dudas, fue de gran importancia para el esplendor de la pantalla chica, la cual de a poco se fue consolidando e incorporando gran cantidad de televidentes, quienes disfrutaban y se entretenían con la oferta de programaciones que brindaban los canales privados.

Teniendo en cuenta las grandes recaudaciones obtenidas en un corto plazo (que se propusieron para consolidar sus estructuras de negocios), las productoras internacionales, entre mediados de los 60 y principios de los 70, se retiraron de la industria televisiva argentina.

La primera que anunció su desvinculación en 1965 fue la NBC, quien contaba con acciones en Telecenter, productora de LS83 TV canal 9. En este sentido, la licencia de CADETE (Compañía Argentina de Televisión) la compraron el empresario de espectáculos Alejandro Romay y socios menores. Luego, siguió la ABC, que se desprendió de Telerama, productora de LS84 TV canal 11 y el grupo, presidido por el reconocido dueño de Diario Crónica, Héctor Ricardo García, toma posesión de las acciones de Difusora Contemporánea (DICON S.A).

La última en irse del país fue la sociedad conformada por la cadena

52 PAULONI, Silvina, CODONI, Florencia (2013). “Televisión, Historia y Política”. *Trampas de la Comunicación y la Cultura*. Año 12, N° 77.

CBS y Time Live, que dejaron de participar en la productora Proartel de LS85 TV Canal 13, para venderla al grupo Vigil, propietario de Editorial Atlántida, quien decidió poner en frente de la emisora, al reconocido cubano Goar Mestre, que había sido años anteriores, representante de la cadena CBS en Argentina. Claramente, los inversores extranjeros se retiraban del país, pero dejaban sus huellas intactas en la televisión nacional, que recién estaba por cumplir 20 años de vida.

En dos décadas al aire, ya se habían inaugurado 35 canales de televisión en todo el país, sin embargo, el 80 % de los contenidos de las grillas de estos canales se creaban por productoras asentadas en Capital Federal, generando una centralización del sistema de comunicación audiovisual argentino.

Durante la última dictadura militar volvió a aparecer la mano oscura de la censura, y las Fuerzas Armadas se repartieron el control de los diferentes canales de televisión, las radios que formaban parte del Estado y los distintos organismos públicos que pertenecían al campo de la comunicación.

En 1978 la dictadura militar realizó una inversión millonaria para desarrollar el mundial en nuestro país. También tuvo en cuenta la transmisión de los partidos, y decidió crear el Ente Argentina 78 TV, con el fin de instaurar el primer canal de transmisión a color del país.

Para 1980 se sentía el desgaste del gobierno dictatorial y con la sanción de la Ley 22.285, más conocida como “la ley de medios de la Dictadura”, se retiró del manejo directo de los medios de comunicación para devolverles el negocio a empresarios de confianza.

Así dispuesto, en el artículo 1 se destacaba que: “Los servicios de radiodifusión, en el territorio de la República Argentina y en los lugares sometidos a su jurisdicción, se regirán por esta ley y por los convenios internacionales en que la Nación sea parte. A los fines de esta ley, tales servicios comprenden las radiocomunicaciones cuyas emisiones sonoras, de televisión o de otro género, estén destinadas a su recepción directa por el público en general, como así también los servicios complementarios”⁵³.

53 Ley 22.285. *Radiodifusión*. Boletín Oficial de la República Argentina. 15 de septiembre de 1980.

Este decreto “partía de una matriz fuertemente represiva”⁵⁴, ya que consideraba a la comunicación como un bien puesto al servicio de los negocios y el mercado. No había lugar para aquellas voces que no contaban con el poder suficiente, ni con algún espacio cedido por los grandes medios de comunicación para expresar sus ideas.

En ese sentido, el control ideológico que seguía teniendo el gobierno dictatorial sobre los medios de comunicación se reflejó durante la Guerra de Malvinas, cuando todos los medios, tanto los que estaban en manos del Estado, como los privados, anunciaban la victoria de los soldados argentinos, frente a los británicos, cuando en realidad en la Isla sucedía todo lo contrario.

Con la vuelta a la democracia en 1983, hubo nuevos formatos y lenguajes y sobre todo mayor libertad de expresión. Tanto los canales estatales, como los que habían vuelto a manos privadas, disfrutaban de poder expresarse y dar a conocer sus ideas sin tener miedo a las represalias. Volvieron al aire programas censurados durante “el proceso de reorganización nacional” y llegaron nuevamente al país, artistas, músicos, directores, técnicos que se habían exiliado por formar parte de las llamadas listas negras de los militares.

A pesar de que el ex presidente Raúl Alfonsín presentó en dos oportunidades nuevos proyectos de Ley que regulen los medios de comunicación, esta iniciativa no floreció, y la Ley de Radiodifusión sancionada en 1980 siguió vigente.

Durante este período comienza a gestarse un nuevo horizonte, el cual dio origen a las primeras radios comunitarias FM, más conocidas en ese momento como radios truchas o de la clandestinidad, otro de los temas que se les fue de las manos al gobierno radical, quien no formuló ninguna propuesta para democratizar la palabra y darle legalidad y legitimidad a estas nuevas formas de expresión.

Con este mapa político-comunicacional, organizaciones sociales, periodistas, pensadores de la comunicación, militantes barriales, comienzan a observar, debatir y soñar con una Ley de Servicios de Comunicación que represente a las culturas populares y a todas aquellas expresiones que, de a poco, se iban animando a abrir radios para dar a conocer su forma de vivir, sus tradiciones y sobre todo,

54 MARIOTTO, Gabriel (2011). “Prólogo”. *Ley 26. 522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual. Argentina*. Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

democratizar la palabra.

Durante el gobierno de Carlos Saúl Menem los canales de aire volvieron a formar parte de manos privadas. La ola neoliberal que caracterizó a esta década dio lugar a las inversiones extranjeras para trabajar en coproducciones y obtener grandes ventajas para quienes venían de afuera. No sólo por trabajar con los actores de calidad que existían en la región y la eficacia de las ficciones argentinas, sino también por los bajos costos de producción que pagaban en comparación con sus países de origen.

Las regulaciones a los medios de comunicación fueron escasas, el gobierno modificó el artículo 45 de la Ley Nacional de Radiodifusión N° 22.285, dando lugar a propietarios de medios gráficos para adquirir licencias de medios audiovisuales. De esta manera, se produjo una concentración acelerada de medios, permitiendo la conformación de monopolios y multimedios de la información.

Durante esta década las diferentes expresiones que luchaban por el derecho a que todos y todas tuvieran la oportunidad de informarse e informar siguieron resistiendo. Es así que, en el año 2004 se conforma la Coalición por una Radiodifusión Democrática, compuesta por un grupo diverso de movimientos sociales, universidades, trabajadores de la comunicación, estudiantes, organismos de Derechos Humanos, quienes dejaron sus diferencias de lado, para luchar por un fin en común: democratizar la palabra.

El objetivo de la Coalición era derogar la Ley de Radiodifusión implementada durante la última dictadura militar y en contraposición elaboraron los denominados 21 puntos para una radiodifusión democrática⁵⁵, cada uno representaba un año de deuda y de espera en el

55 En resumen, los 21 puntos para una radiodifusión democrática hicieron hincapié:

- 1.- Toda persona tiene derecho a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura previa, a través de la radio y la televisión.
- 2.- La radiodifusión es una forma de ejercicio del derecho a la información y la cultura y no un simple negocio comercial.
- 3.- Se garantizará la independencia de los medios de comunicación.
- 4.- Las frecuencias radioeléctricas pertenecen a la comunidad, son patrimonio común de la humanidad, y están sujetas por su naturaleza y principios a legislaciones nacionales así como a tratados internacionales. Deben ser administradas por el Estado con criterios democráticos.
- 5.- La promoción de la diversidad y el pluralismo.
- 6.- Los servicios de radiodifusión deben estar sujetos a normas.
- 7.- El público tendrá derecho a acceder a una información plural, así como a la diversidad

campo de la comunicación desde la vuelta a la democracia.

Es por eso que, en el 2009 la presidenta Cristina Fernández de Kirchner dio inicio de las sesiones legislativas ordinarias con la noticia de que enviaría al Congreso de la Nación la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, lo que significó el comienzo de una gran lucha y batalla ideológica frente a los grandes medios de comunicación que harían campañas en contra del proyecto de ley, basado en los 21 puntos de la Coalición para una radiodifusión democrática, con el objetivo de salvar sus intereses particulares.

Ley 25.522: La comunicación como un derecho

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, Ley 26.522, se aprobó en Argentina en la madrugada del 10 de octubre de 2009, con 44 votos a favor y 24 votos en contra, dándole fin al Decreto Ley 22.285 firmado por el represor Jorge Rafael Videla en la última dicta-

cultural. 8.- Establecer regulaciones que promuevan el pluralismo, respeten las incumbencias profesionales y derechos intelectuales de los artistas y demás trabajadores de la comunicación y el espectáculo. 9.- Deberá mantenerse un registro público y abierto de licencias. 10.- No podrán ser titulares de licencias de servicios de radiodifusión ni integrantes de sus órganos directivos, quienes ocupen cargos electivos oficiales nacionales, provinciales o municipales, funcionarios públicos de los distintos poderes, miembros de las Fuerzas Armadas y de seguridad, como así tampoco aquellos que hayan tenido participación comprometida con violaciones a los derechos humanos. 11.- Existen tres tipos de prestadores de servicios de radiodifusión: públicos, comerciales y comunitarios de organizaciones de la Sociedad Civil sin fines de lucro. 12.- Los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales. 13.- Los planes técnicos deberán reservar al menos el 33% de frecuencias, en todas las bandas, para entidades sin fines de lucro. 14.- La ley establecerá cuotas que garanticen la difusión sonora y audiovisual de contenidos de producción local, nacional y propia. 15.- La explotación de los servicios de radiodifusión es indelegable y debe ser prestada por el propio titular de la licencia. 16.- Las repetidoras y cadenas deben ser una excepción a la regla de modo tal de priorizar el pluralismo y la producción propia y local. 17.- La publicidad sonora y audiovisual será de total producción. 18.- Los sistemas de distribución de señales deberán incluir en su grilla de canales las emisoras de TV de aire de la localidad, el canal público nacional y un canal con producción informativa local y propia. 19.- La autoridad de aplicación deberá respetar en su constitución el sistema federal y estará integrada además por organizaciones de la sociedad civil no licenciatarias y por representantes de las entidades representativas de los trabajadores de los medios y de las artes audiovisuales. 20.- Se creará la figura de la "Defensoría del público 21.- En la nueva ley se deberá contemplar la normalización de los servicios de radiodifusión.

dura militar argentina.

Su espíritu entiende a la información como un derecho humano, busca democratizar la palabra y dar lugar a aquellas voces que fueron calladas a lo largo de la historia, reconoce y promociona la diversidad y pluralidad, dando las mismas oportunidades a todos los ciudadanos del país.

De esta forma, se tuvieron en cuenta las recomendaciones de diferentes organismos internacionales, entre ellos el texto sentado en el 2000 por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, en el que se reconoció que “todas las personas deben contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social” .

Es necesario dejar en claro que la ley, antes de ser discutida en Diputados, se debatió a lo largo y ancho del país, desde que se presentó su anteproyecto a cargo de la presidenta Cristina Fernandez de Kirchner el 18 de marzo de 2009 en el Teatro Argentino de la ciudad de La Plata.

El documento se difundió los días posteriores de manera impresa y se puso a disposición en la página web del Comité Federal de Radio-difusión (COMFER). Desde ese momento, se hicieron 24 Foros Participativos de Consulta Pública en todo el territorio nacional, además de recibir, tanto por mesa de entrada del organismo, como vía web, diferentes propuestas de incorporación de artículos, revisión de los mismos e incluso eliminación de alguno de ellos.

La participación de los ciudadanos y el debate permitió la realización de más de cien modificaciones del proyecto original convirtiéndolo, luego de pasar por el Congreso de la Nación, en una ley pensada, escrita y reconocida por la mayor parte de la sociedad, en excepción de aquellos grupos monopólicos que pretendían seguir manipulando la información, quienes llevaron adelante una gran campaña en contra de la modificación de la ley.

De los foros participaron diferentes sectores: organizaciones de radios comunitarias y de la comunicación, movimientos sociales, par-

56 *Declaración de Principios de Libertad de Expresión*. Artículo 2. Comisión Interamericana de Derechos Humanos. 2000.

tidos políticos, universidades, Pueblos Originarios, sindicatos, periodistas, estudiantes de Comunicación Social, la Iglesia, ciudadanos particulares, entre otros actores interesados en la política de comunicación.

En este sentido, es una ley que buscó la inclusión de todos y todas, haciendo hincapié en el rol que debe tener el Estado de garantizar la libertad de expresión y el acceso a la información a todos los ciudadanos del territorio argentino.

Es por esto, que en uno de sus párrafos reconoce que: “La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones.”⁵⁷



Desde esta posición es que el Estado tiene la potestad de regular los medios de comunicación en Argentina y garantizar el pluralismo, dando lugar a que todas las voces tengan acceso a difundir sus pensamientos.

En pos de la pluralidad de voces y la no formación de monopolios, es que la ley consideraba que debían existir tres tipos de medios en el territorio nacional: de carácter comercial, comunitario y públicos: “La explotación de los servicios de comunicación audiovisual podrá ser efectuada por prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro, los que deberán tener capacidad de operar y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles”.⁵⁸



Otra forma para redistribuir la palabra que adoptó fue el límite de las licencias. La década neoliberal de los 90 en Argentina dejó altos niveles de concentración económica y en el campo de la comunicación dio pie a la acumulación por parte de mismos grupos económicos que manejaban y manipulaban la información utilizando los medios como formadores de opiniones a favor de sus intereses y negociados.

En contraposición, la Ley 26.522 aseguraba la democratización de la palabra y desde el artículo 45 se ponía límites a la cantidad de licen-

57 Ley 26.522. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Boletín Oficial de la República Argentina. 10 de octubre 2009.

58 *Ibíd.*

cias por prestador, tanto en el orden nacional, como a nivel local: “A fin de garantizar los principios de diversidad, pluralidad y respeto por lo local se establecen limitaciones a la concentración de licencias.” 

Además, es destacable la forma en que cuida e incentiva la generación de contenidos en el país, estableciendo cuotas de producción nacional, regional, local e independiente. En el caso de los servicios de radiodifusión televisiva abierta instituye que: “a. Deberán emitir un mínimo de 60% de producción nacional; b. Deberán emitir un mínimo de 30% de producción propia que incluya informativos locales; c. Deberán emitir un mínimo de 30% de producción local independiente cuando se trate de estaciones localizadas en ciudades con más de 1.500.000 habitantes. Cuando se encuentren localizados en poblaciones con más de 600.000 habitantes, deberán emitir un mínimo de 15% de producción local independiente y un mínimo de 10% en otras localizaciones” 

Este punto es de gran relevancia si se tiene en cuenta cómo influyó el capital extranjero en la historia de la televisión argentina, siendo protagonista desde la década del 60 con la llegada de la televisión privada y avanzando en las décadas subsiguientes, logrando el punto máximo durante el neoliberalismo.

Pero no sólo fue históricamente desigual la forma que se trató a la producción nacional frente a la extranjera, sino que también dentro del país la concentración de la producción en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires fue mayor al 90 % de todos los contenidos, dando a conocer solo relatos porteños, no permitiendo desarrollar miles y miles de historias y creaciones del interior del país.

Es por eso que se define: “La disposición de cuotas de producción nacional, local e independiente, no sólo apuntan al rescate de la identidad y la producción creativa nacional, sino que, a su vez, intentan propulsar la creación de empleo en las industrias culturales regionales y del interior del país.” 

59 Ley 26.522. *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Boletín Oficial de la República Argentina. 10 de octubre 2009.

60 *Ibidem*.

61 DE CHARRAS, Diego (2001). “Pluralismo y diversidad, dos ejes sustanciales de la agenda de regulación de los medios audiovisuales”. *Ley 26. 522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual*. Argentina. Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Por otro lado, con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se disolvió el COMFER y se nombró en su lugar un nuevo organismo llamado Autoridad de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), que se volvió el encargado de aplicar la Ley. Con la asunción del actual presidente Mauricio Macri este organismo autárquico se suprimió y en su lugar se creó el Ente Nacional de Comunicación (ENACOM) que funciona bajo la órbita del Ministerio de Comunicación.

El organismo disuelto estaba compuesto por múltiples representaciones sociales que se detallaban en el artículo 14: “La conducción y administración del AFSCA será ejercida por un directorio integrado por 7 miembros nombrados por el poder ejecutivo nacional. El directorio estará conformado por 1 presidente y 1 director designados por el poder ejecutivo nacional, 3 directores propuestos por la comisión bicameral de promoción y seguimiento de la comunicación audiovisual, que serán seleccionados por ésta a propuesta de los bloques parlamentarios, correspondiendo 1 a la mayoría o primer minoría, 1 a la segunda minoría, y 1 a la tercer minoría parlamentarias, 2 directores a propuestas del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, debiendo 1 de ellos ser un académico representante de las facultades o carreras de ciencias de la información, ciencia de la comunicación o periodismo de universidades nacionales”.

De esta forma, no solo se reconocía el objetivo de regular los medios de comunicación en Argentina, sino que se le daba la responsabilidad al Estado Nacional de que todos los ciudadanos argentinos tengan la posibilidad de comunicar sus ideas y de recibir información, con un organismo que debía asegurar la pluralidad, y no vigilar y controlar, como era el origen del COMFER.

Es por eso que el 2009 sin dudas fue un año de gran protagonismo para el campo de la comunicación, que tuvo reconocimientos históricos en el país. Además de la “Ley de Medios”, la ex presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, a través del decreto 1148/2009 crea el Sistema Argentino de Televisión Digital (SATVD-T). Como consecuencia, en abril de 2010 empezaron en ciudad de Buenos Aires las primeras transmisiones a pruebas del SATVD-T, con las señales: Canal 7 y Canal Encuentro.

Con esta decisión política del ex gobierno nacional empezaron a ge-

62 Ley 26.522. *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Boletín Oficial de la República Argentina. 10 de octubre 2009.

nerarse nuevas concepciones sobre el medio, considerando que todos debemos tener la oportunidad de ver televisión y también de poder hacerla.

En ese sentido, la Televisión Digital Abierta es una política pública, que se impulsó desde el Estado Nacional, con la idea de que exista el acceso universal a la televisión en territorio argentino de forma gratuita, dejando atrás, esa idea de que para contar una buena calidad de servicio se debía pagar.

Pero, al igual que la televisión en general, la TDA tiene múltiples aristas, entre ellas es de gran importancia el despliegue tecnológico e industrial que implica, particularmente para este estudio, el desarrollo satelital.

SAT-1
PARTE 2
ANÁLISIS
—
INCULACIÓN
LA TPA



Capítulo 1: Creación de ARSAT

El pasado neoliberal: Adjudicación a NahuelSat

Para poder llegar a detallar el porqué de la fundación de la empresa estatal ARSAT es necesario dar a conocer cuál fue la política de telecomunicaciones satelitales que se implementó durante la década privatista, a cargo del ex presidente, Carlos Saúl Menem (1989-1999).

En este sentido, en los años 90 el gobierno nacional adjudicó a la empresa argentina, de capitales extranjeros, NahuelSat, la provisión y operación de dos satélites, que cubrirían las órbitas argentinas: 72 Oeste y 81 Oeste.

Como consecuencia, en 1995 el menemismo contrató el uso del primer satélite, Nahuel-1, para la posición orbital 72 grados oeste, la cual la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) le había asignado a Argentina, como derecho del país a tener una posición.

Construido por el consorcio europeo European Aeronautic Defence and Space (EADS), cuya vida comercial estaba prevista en doce años, el satélite se ubicó en la posición orbital de 71,8 grados oeste en enero de 1997. Tanto la fabricación como la puesta en órbita la realizaron franceses, y luego se pasó la tarea de control a los ingenieros y técnicos argentinos que trabajaban en NahuelSat.

Por ende, se traía el equipamiento y el conocimiento de Europa y no se coordinaba ni se buscaba un vínculo con la industria y el saber del territorio nacional. En ese sentido, el satélite Nahuel-1 se fabricó en Francia, a los ingenieros argentinos del área satelital se los entrenó

en ese país y a los profesionales encargados de la Estación Terrena⁶³ en Italia, todo el conocimiento se lo importaba del viejo continente, lo mismo que la ingeniería de soporte, de partes y de operaciones: “A INVAP⁶⁴ no lo conocíamos”⁶⁵, recordó el Ing. Andrés Rodríguez, Jefe del proyecto ARSAT-1, siendo que la empresa estatal barilochense existía desde 1976.

Con el Nahuel-1 brindando servicios, la empresa NahuelSat se empezó a interesar en otra órbita, la 81 grados Oeste, altamente beneficiosa, porque permitía iluminar toda América longitudinalmente, desde Argentina a Estados Unidos, teniendo un impacto comercial muy fuerte.

Tras un acuerdo recíproco firmado en el año 1998 entre el gobierno nacional y el de Estados Unidos, nuestro país pasaba a tener esa posición a cambio de permitir a DirecTV ubicar un satélite que tuviera penetración en el territorio.

Es así que se le ofreció a NahuelSat construir el Nahuel-2, que debía colocarse antes del 19 de octubre de 2003, pasada la fecha la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) podía quitarle al país la posición 81 por encontrarse en desuso, y cederla frente a otra solicitud internacional. Cuando una nación recibe una posición orbital, asignada por la UIT, tiene un plazo de tres años generalmente para ocuparlo, sino se pierde y pasa a manos del siguiente interesado.

Llegado el día, NahuelSat no había ni siquiera comenzado a construir el segundo satélite, como afirmó el Ing. Andrés Rodríguez, Jefe de Proyecto ARSAT-1: “La verdad era que NahuelSat no tenía mucha expectativa de poner el Nahuel-2 realmente, entonces ganaba tiempo licitando o haciendo concursos, no sabía qué iban a hacer”⁶⁶.

63 Se conoce como Estación Terrena al predio donde se ubica ARSAT, en Av. General Juan Domingo Perón 7934, en Benavídez, provincia de Buenos Aires.

64 INVAP Sociedad del Estado, es una empresa con sede en la ciudad rionegrina de Bariloche, surgida en el año 1976, que se dedica al diseño y construcción de sistemas tecnológicos complejos para distintos sectores: la industria, la ciencia y la investigación aplicada. Las principales áreas que abarca son: Nuclear, Aeroespacial, Gobierno y Defensa, Industrial, y Sistemas Médicos.

65 RODRIGUEZ, Andrés, Jefe de Proyecto ARSAT-1. Entrevista realizada el 21 de diciembre de 2015 en la ciudad de Benavídez.

66 *Ibidem*.

Esta maniobra generaba fuertes sospechas de boicot, como analizó el periodista Adrián Paenza: “El país había honrado su porción del pacto (permitir el ingreso de DirecTV) y, a cambio, perdería la posición orbital tan valiosa. Para un observador externo parecía extraño: DirecTV se había insertado en la Argentina y, a cambio, el país no obtenía nada. ¿Qué intereses se lesionaban en el camino? ¿O es que alguien sabía que nosotros nunca ocuparíamos esa posición y nos cambiaron el oro por espejitos de colores?”⁶⁷.

La hipótesis cobraba más fuerza aún al ver que, si la posición se perdía pasaba a manos inglesas. En el negocio satelital las empresas sobrepasan los límites territoriales, si bien las órbitas se asignan a países, quienes luego las explotan a través de los satélites son empresas en un mercado fuertemente concentrado.

En esa línea, SES Global es una compañía europea, con sede en Luxemburgo, propietaria y operadora de satélites de telecomunicaciones, rankeada como la segunda mayor operadora a nivel mundial, abarcando el 99% de la población.

En el año 2001, este emporio compró el 28,75% de acciones de NahuelSat y adquirió GE American (GE por General Electric), que pasó a denominarse SES Americom, ingresando así una sede en Estados Unidos. De esta forma, si Inglaterra podía acceder a la posición 81, SES Global tenía grandes chances de comenzar a operar sobre dicha banda, incluyendo en su negocio el recurso para iluminar todo el continente americano.

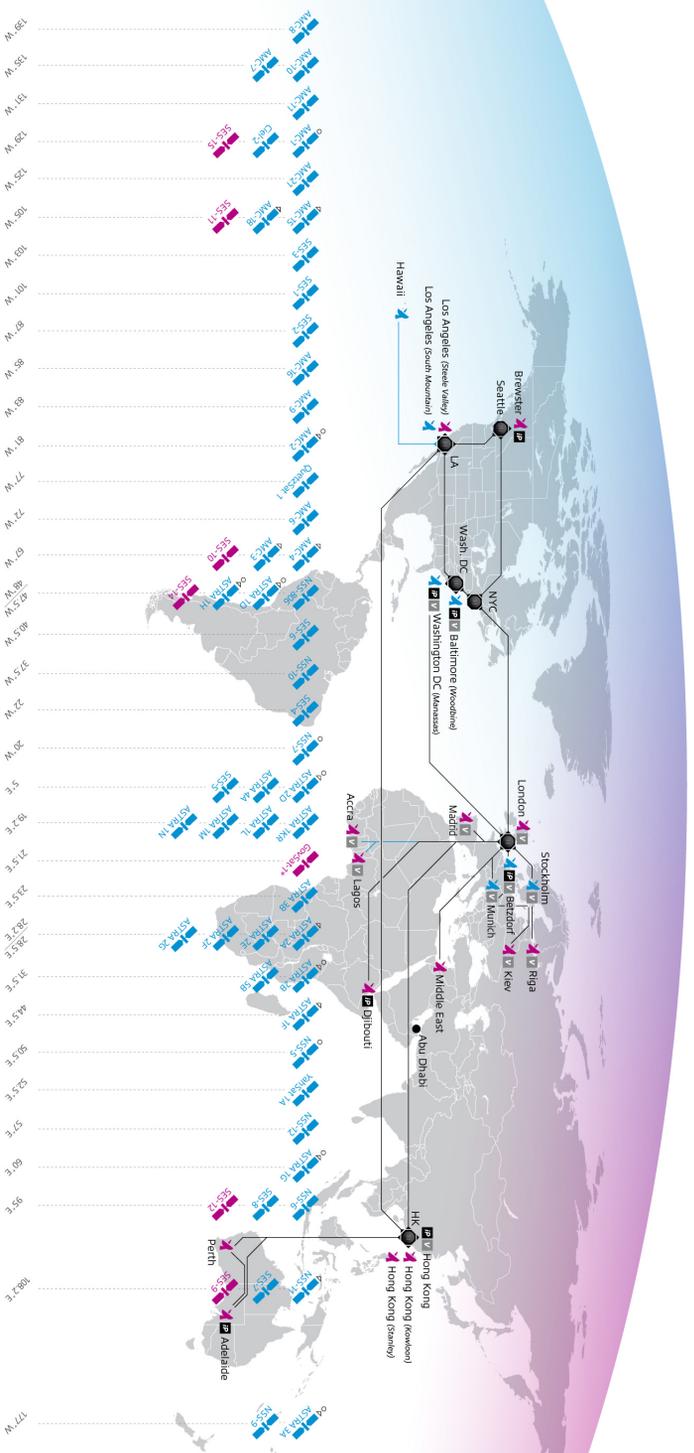
—

(VER IMAGEN EN LA PRÓXIMA PÁGINA)

Satélites en operación o próximos a lanzarse y ser operados por SES Global (Fuente: SES Global: <http://www.ses.com/>)

Llegado el año 2003, en un contexto de crisis política, social y económica que vivía el país, NahuelSat no estaba en condiciones de cumplir con su obligación de colocar un segundo satélite, poniendo en riesgo la posición orbital, reclamada principalmente por Gran Bretaña.

67 PAENZA, Adrián (19 de octubre de 2014). “Argentinos en órbita”. En Página 12 (en línea). Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/el-pais/1-257825-2014-10-19.html>



SES SATELLITE FLEET

- in orbit
- To be launched
- Inclined
- Expected orbital position
- To be relocated

SES NETWORK

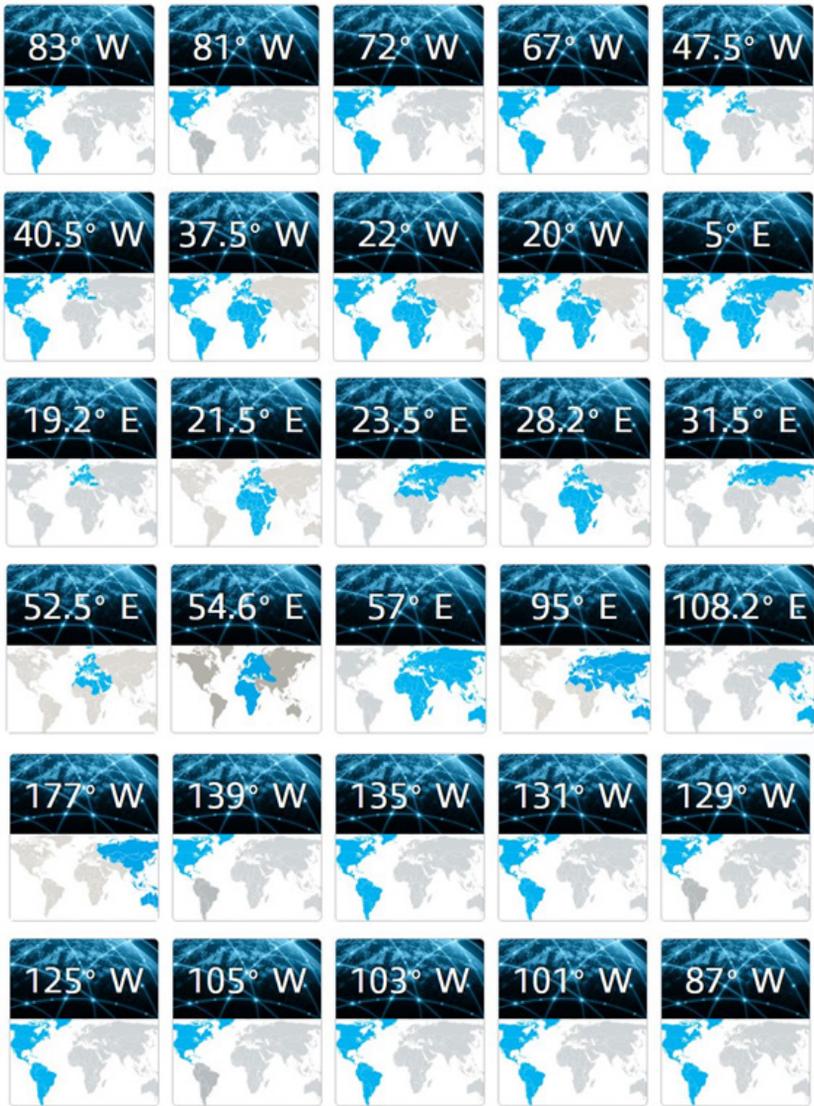
- SES owned teleport
- 3rd party partner teleport
- SES Presence with Vantage
- IP-Platform
- Video locations
- Point of presence (POP)
- Existing link
- Future link

Fleet configuration is based on current planning and is subject to change.

SES holds a 70% interest in One Satellite Limited Partnership and a 50% interest in SES Satellite Limited Partnership and a 50% interest in SES Satellite Limited Partnership.

*LondonSat – A public-private venture between the Luxembourg Government and SES.

December 2015



Posiciones orbitales que cubre SES Global (Fuente: SES Global: <http://www.ses.com/>)

En ese sentido, en agosto de 2004 se publicó en el Boletín Oficial la resolución 188/2004 de la Secretaría de Comunicaciones, poniendo fin a la licencia de NahuelSat, argumentando que la Resolución SC 2593/98, la cual había cedido el uso de la órbita 81 grados Oeste a este grupo extranjero, se dictó “de manera apresurada, arbitraria y sin apego a las leyes y reglamentaciones aplicables”⁶⁸.

Como consecuencia, el por entonces presidente de la Nación, Néstor Kirchner, solicitó una prórroga de dos años a la UIT, tiempo en el cual se tomó la decisión de construir un satélite propio. Mientras tanto, se ocupó la posición 81 con un equipo alquilado al grupo SES y la 72 se cubrió con el holandés AMC-6 (también perteneciente a SES Global) por fallas en el Nahuel-1, que acortaron su vida útil prevista en doce años.

ARSAT: La nueva empresa argentina

En línea con dichas decisiones políticas, el Estado creó la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales S.A. (ARSAT) y expropió los activos de NahuelSat, debido a los incumplimientos en sus inversiones que hicieron peligrar las posiciones orbitales que formaban parte del Estado Nacional.

Sin dudas, fue una opción arriesgada para aquel momento en que Argentina, con la conducción de Néstor Kirchner, comenzaba a salir de una de las crisis más profundas que vivió el país. Como recordó la ex presidenta, Cristina Fernández de Kirchner el 16 de octubre de 2014, día del lanzamiento del ARSAT-1: “Parecía una utopía, parecía cosa de locos. Y sí, a lo mejor era un poco cosa de locos en aquel 2006 donde recién empezábamos a despegar de una de las crisis más fenomenales que ha atravesado nuestro país y nuestra historia”⁶⁹.

Sin embargo, los logros obtenidos en materia de telecomunicaciones

68 Resolución 188/2004. Secretaría de Comunicaciones. 17 de agosto 2004.

69 FERNANDEZ DE KIRCHNER, Cristina. *Lanzamiento del satélite argentino ARSAT-1: Palabras de la Presidenta de la Nación*. Archivo de la Casa Rosada. 16 de octubre de 2014. Recuperado de <http://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/27977-lanzamiento-del-satelite-argentino-arsat-1-palabras-de-la-presidenta-de-la-nacion>

demonstraron que el kirchnerismo se encargó de realizar una lectura política seria, que le permitió desarrollar una proyección a largo plazo sin tomar definiciones improvisadas.

En ese sentido, la decisión estatal consistió en que los empleados no se echaran e indemnizaran, sino que se sumaran a esta nueva propuesta, como explicó el Ing. Matías Bianchi, ex presidente de ARSAT: “La gente que trabaja en ARSAT era de NahuelSat y se estaba yendo del país, pero decidieron quedarse y comprometerse con el proyecto”⁷⁰.

Del mismo modo, el Ing. Andrés Rodríguez, quien trabajó en NahuelSat, recordó aquel momento como un período de indecisión e intranquilidad, ya que no estaban seguros (tanto él como sus compañeros) qué iba a pasar con sus puestos laborales, hasta que llegó la propuesta por parte del Gobierno Nacional: “Después se nos dio cierta tranquilidad desde la gente de ARSAT de que íbamos a tener continuidad, no sabíamos bajo qué condiciones ni cuál iba a ser el proyecto. Pero hubo mucho tiempo de incertidumbre de todo el equipo, donde muchos buscaron trabajo afuera, algunos se fueron (...) nunca reniego de la decisión de haberme quedado, porque el proyecto fue único”⁷¹.

Es por esto que en 2006, por Ley 26.092, con el objetivo de ocupar y defender con satélites las posiciones orbitales que la Unión Internacional de Telecomunicaciones había asignado a Argentina, nació ARSAT, la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales Sociedad Anónima, y se le otorgó “la autorización de uso de la posición orbital 81° de Longitud Oeste y sus bandas de frecuencias asociadas”⁷².

A su vez, más allá de lo que respecta a la materia satelital, ARSAT amplía sus áreas de acción, volviéndose la empresa de telecomunicaciones del Estado nacional, que brinda sus servicios a partir de infraestructuras terrestres, aéreas y espaciales.

La empresa no sólo genera valor agregado, sino que también con-

70 ETCHICHURY, Leandro (20 de septiembre de 2015). “ARSAT 2 | Matías Bianchi “Argentina une a toda América”. Entrevista a Matías Bianchi”, Miradas al Sur. Recuperado de: <http://www.miradasal-sur.com.ar/2015/09/20/revista/arsat-2-argentina-une-a-toda-america/>

71 RODRIGUEZ, Andrés, Jefe de Proyecto ARSAT-1. Entrevista realizada el 21 de diciembre de 2015 en la ciudad de Benavídez.

72 Ley 26.092. Empresa Argentina de Soluciones Satelitales. Boletín Oficial de la República Argentina. 27 abril 2006.

tribuye a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, a través de innovaciones tecnológicas con una fuerte visión del gobierno kirchnerista a largo plazo, entendiéndose un actor fundamental.

Entonces, no se puede comprender ARSAT sólo desde las capacidades técnicas que nuclea y desarrolla. No obstante, como planteó Axel Kicillof, quien fue Ministro de Economía durante el lanzamiento de ambos satélites, y hasta el final de la presidencia de Cristina Fernández (2013–2015): “Es voluntad política, pero también decisión de gobierno y política de Estado fomentar el desarrollo tecnológico para que la Argentina continúe por el camino de la reindustrialización. Esa es la única manera de sostener el crecimiento basado en la inclusión social”⁷³.

De mismo modo, la empresa no se limitó al cumplimiento de la obligación satelital, sino que apostó a las capacidades de crecimiento del país, y se amplió en el desarrollo de la TDA, el despliegue de la Red Federal de Fibra Óptica y la construcción del Centro Nacional de Datos.

A su vez, a todos los proyectos se les dio una fuerte mirada desde lo social, se lo pensó de manera federal, para dar inclusión, para llegar a donde el mercado privado olvida por no serle rentable, apostando a reducir la brecha digital.

En un territorio extenso y de población tan dispersa en algunas regiones, no se puede dejar las telecomunicaciones en manos sólo privadas si se busca que llegue a todos. Es por esto que, “la prueba más extrema es la conectividad que tienen los científicos que están en la Antártida y pueden comunicarse con sus familias, tener información gracias a nuestros satélites”⁷⁴, argumentó el ex presidente de la empresa, Ing. Matías Bianchi.

73 Kicillof visitó la Estación Terrena Benavidez de ARSAT. Prensa del Ministerio de Economía de la Nación. Recuperado de: <http://www.economia.gob.ar/kicillof-visito-la-estacion-terrena-benavidez-de-arsat/>

74 “Los satélites Arsat están pensados para la gente y una mejor comunicación”, Entrevista a Matías Bianchi. Noticias del 6. Recuperado de: <http://www.noticiasdel6.com/ampliar.php?id=154055&t=los-satelites-arsat-estan-pensados-para->

Desarrollo argentino y trabajo conjunto: ARSAT e INVAP

Al apostar a lo local fue otra la relación que se construyó entre ARSAT e INVAP, el Ing. Andrés Rodríguez, Jefe del proyecto ARSAT-1, recordó la era NahuelSat: “En el día a día, en la parte de Estación Terrena, los proveedores en general eran de afuera, no había relación con la industria local, salvo mantenimiento de algún equipo”⁷⁵, por eso reflexionó que “el trabajo Argentina adentro fue también una renovación”

Confiar en las capacidades propias significó conocimientos y experiencias que quedaron en el país, aumentando el piso sobre el cual se apoya Argentina en materia satelital. Por eso, la política de desarrollo de la industria nacional no sólo simbolizó inversión de dinero que queda en el territorio, sino también confianza en los saberes que se tienen y en las capacidades de adquirir mayores experiencias.

En la cotidianeidad, lo anterior expuesto se reflejó en el vínculo diario entre INVAP y ARSAT, una relación de trabajo en equipo donde la empresa rionegrina tenía gran conocimiento en el desarrollo de satélites, pero de menor tamaño y para órbitas bajas, mientras que ARSAT poseía práctica y saberes sobre el control de satélites geoes-tacionarios, incluso sobre la puesta en órbita, aunque el rol de los trabajadores argentinos sobre esta fase en NahuelSat había sido totalmente pasivo, sólo habían visto cómo lo hacían los franceses con el Nahuel-1.

No obstante, a diferencia de la época de NahuelSat, donde la empresa estaba aislada de las industrias nacionales, ARSAT e INVAP lograron, con el tiempo y luego de romper los prejuicios y desconfianza que se tenían, un vínculo fluido. Más allá de que ARSAT contrataba a INVAP para el desarrollo del satélite, desde Benavidez los profesionales participaban mucho en lo diario.

CEATSA, industria argentina

Esta política de ARSAT e INVAP se sintetiza en la creación del Centro de Ensayos de Alta Tecnología (CEATSA), a partir de un acuerdo entre

75 RODRIGUEZ, Andrés, Jefe de Proyecto ARSAT-1. Entrevista realizada el 21 de diciembre de 2015 en la ciudad de Benavidez.

76 Ibídem.

ambas sociedades. El nuevo centro se instaló en Bariloche en el año 2010 y se organizó a través de un directorio compuesto por representantes de ambas empresas.

CEATSA brinda servicios de ejecución de ensayo para equipamientos de complejidad para la medición de variables que califiquen de qué forma responde el equipo frente a demandas específicas. Hace posible analizar cómo funcionan grandes equipos ante variaciones en su ambiente: temperatura, presión, humedad, sonido, vibraciones y campos de radiofrecuencia, así como los efectos que la operación a realizar produce en los medios circundantes.

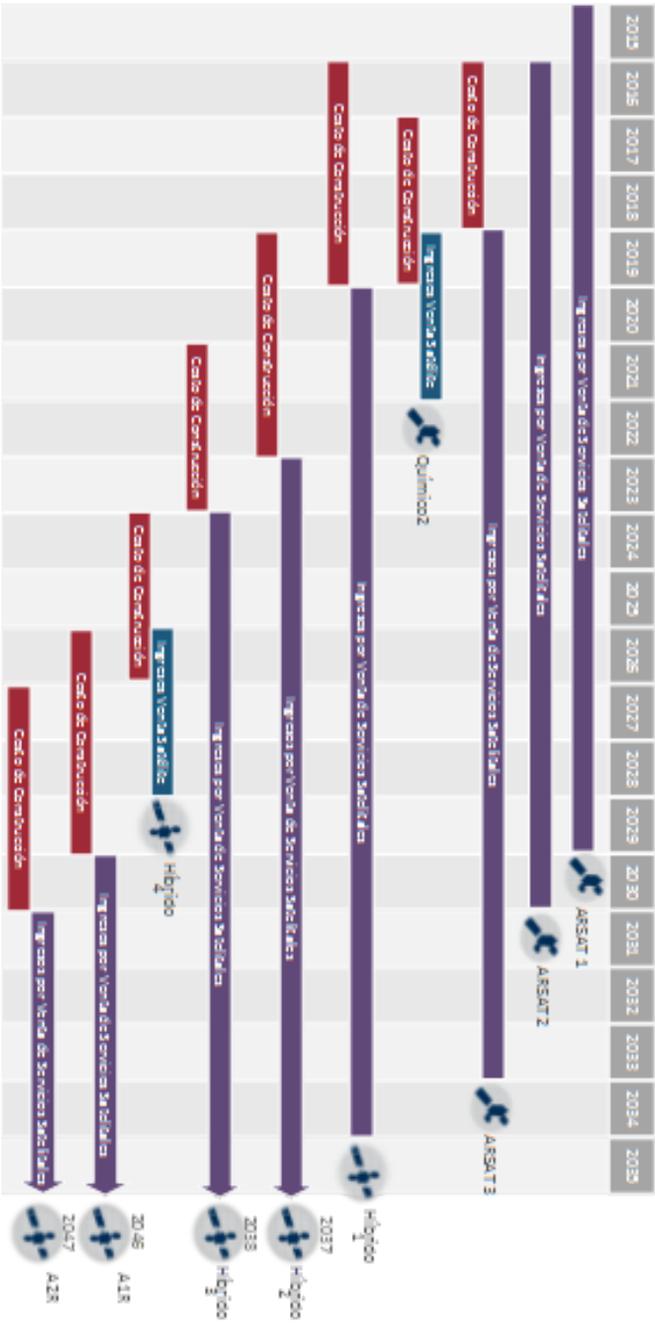
De esta forma, la creación de la empresa permitió que el ARSAT-1, así como luego el ARSAT-2, se ensayen en el país, al lado de la planta de INVAP, y no se tenga que realizar dichas pruebas en Brasil o Europa. Lo cual, además de ser una inversión para Argentina, significó obviar los riesgos que podía correr el satélite en el traslado y las facilidades de tiempo, en cuanto a que, si se pedía el servicio a otra empresa, debían realizarse todas las evaluaciones en un plazo determinado y en una sola vez.

Algo más importante aún es que, con las pruebas de ensayo en el país, se logró que todos los pasos de diseño y desarrollo del satélite se hicieran en Argentina, decisión política y estratégica del gobierno conducido por Cristina Fernández (2007-2015), en pos del crecimiento de la industria nacional.

“Empezamos a hacer algunas investigaciones de mercado para ver dónde podíamos realizar los ensayos, el más probable era un lugar en Europa, en donde los costos, la logística y los riesgos de traslado hicieron que se le presente la licitación al Ministerio de Planificación. Se decidió dar, pensando en que no había sólo un satélite para ensayar, sino al menos tres, la construcción de un lugar de ensayos en Bariloche, en forma conjunta con INVAP, quien tenía la capacidad para poder operarla. Entonces, con la inversión del Estado, la operación de INVAP y parte de la gestión de ARSAT se arma CEATSA”⁷⁷, recuerda el Jefe de Proyecto ARSAT-1, el Ing. Andrés Rodríguez.

En ese sentido, dicha inversión fue razonable en un proyecto que pensaba en el crecimiento de la industria satelital, entendiendo que

77 RODRIGUEZ, Andrés, Jefe de Proyecto ARSAT-1. Entrevista realizada el 21 de diciembre de 2015 en la ciudad de Benavídez.



Cronograma estimado de los satélites involucrados en el Plan Satelital Geoestacionario (Plan Satelital Geoestacionario 2015-2035)

no sólo se prevé la puesta en órbita de ocho satélites nuevos en un plazo de veinte años⁷⁸, sino que también en el país se desarrollan satélites de observación de órbita baja.

La puesta en órbita de un proyecto nacional

Entender el desarrollo de ARSAT como una decisión política del kirchnerismo se sustenta en la inversión que se realizó desde el Estado, así como también en las formas en que se le dio origen, pensando fuertemente en el desarrollo de la industria nacional, en la valoración de los profesionales argentinos, en las políticas inclusivas y federales que caracterizaron a la última gestión de la empresa.

Como explica el Ing. Hernán Quinteros, Supervisor de Plataforma de TDA: “Si hoy viene un privado compra el satélite afuera, no lo fabrica acá, porque es más barato comprar a un país que ya está en la cadena de producción. Es diferente porque el Estado mira todo el desarrollo de infraestructura y mano de obra, no sólo armar el satélite, sino toda una tecnología que acá no estaba. El privado ve sólo el negocio económico propio, no le importa crear un polo de conocimiento”⁷⁹.

Es por ello que en 2003, cuando el país estaba hundido una crisis social, económica y política, donde se descreía en los logros nacionales, Néstor Kirchner asume el 25 de mayo e invita al pueblo a la reconstrucción de la Patria, planteando que: “Los fondos externos deben ser complementarios a este desarrollo de los mercados locales y su gran atractivo está ligado a que sean fondos de inversión extranjera directa -inversión productiva-, que no sólo aportan recursos sino también traen aparejado progresos en la tecnología de procesos y productos (...) Convocamos al trabajo, al esfuerzo, a la creatividad, para que nos hagamos cargo de nuestro futuro, para que concrete-

78 La planificación de ocho satélites argentinos se explicita en la Ley 27.208, Ley de Desarrollo de la Industria Satelital, en donde se especifica el Plan Satelital Geoestacionario Argentino 2015-2035, que prevé la fabricación y lanzamiento de ocho satélites, algunos para uso propio y otros para venta al exterior.

79 QUINTEROS, Hernán, Supervisor de Plataforma de TDA. Entrevista realizada el 19 de febrero de 2015 en la ciudad de Benavídez.

mos los cambios necesarios para forjar un país en serio, un país normal, con esperanza y con optimismo”⁸⁰.

Por eso, es impensado entender ARSAT por fuera del gobierno, primero de Néstor Kirchner (2003-2007), y luego de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), quienes decidieron no contratar una empresa extranjera para el desarrollo del ARSAT-1, o alquilar servicio satelital a otro país, sino que tomaron la firme medida de poner en órbita el primer satélite diseñado y construido en Argentina, apostando a una empresa del Estado, que además en el transcurrir amplió sus servicios.

Como dijo el día del lanzamiento del ARSAT-1, por entonces la presidenta Cristina Fernández de Kirchner: “Ese fue un sueño de Néstor Kirchner, que lo implementó en el año 2004, en el 2006 con la creación de esta empresa nacional, con la inversión que hicimos. Pero me pregunto si yo no hubiera ganado las elecciones en el 2007 o no las hubiera ganado en el 2011, si hoy tendríamos este ARSAT, si lo tuviéramos en el espacio. Esta es la gran duda y el gran interrogante que más que hacérmelo yo, se lo tiene que hacer el resto de los argentinos”⁸¹.

Cabe recordar el 2006, cuando Néstor Kirchner planteó que la política trasciende al mandatario de turno, donde caracterizó lo que en el futuro Cristina Fernández definiría “empoderados”, ahí llamó a pensar políticas de Estado a largo plazo, para generar futuro, reconstruir un capitalismo nacional que confíe en su gente y en las capacidades para desarrollar una industria nacional: “Un espacio donde desde muchas ideas pueda contribuirse a una finalidad común”⁸². Esta última frase fue bandera en ARSAT y se vio reflejada en el ARSAT-1.

80 KIRCHNER, Néstor. Discurso del señor Presidente de la Nación, Doctor Néstor Kirchner, ante la Honorable Asamblea Legislativa. Archivo de la Casa Rosada. 25 de mayo de 2003. Recuperado de <http://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/24414-blank-18980869>

81 FERNÁNDEZ DE KIRCHNER, Cristina. Lanzamiento del satélite argentino ARSAT-1: Palabras de la Presidenta de la Nación. Archivo de la Casa Rosada. 16 de octubre de 2014. Recuperado de <http://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/27977-lanzamiento-del-satelite-argentino-arsat-1-palabras-de-la-presidenta-de-la-nacion>

82 KIRCHNER, Néstor. Discurso del señor Presidente de la Nación, Doctor Néstor Kirchner, ante la Honorable Asamblea Legislativa. Archivo de la Casa Rosada. 25 de mayo de 2003. Recuperado de <http://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/24414-blank-18980869>

Capítulo 2: Las normativas comunicacionales durante el Kirchnerismo

Política comunicacional: 2009, el año clave

El kirchnerismo se caracterizó por ser un gobierno que tuvo entre sus propósitos llevar adelante una política que entiende la comunicación como un derecho humano, remitiéndose a la Constitución Nacional, cuyo Artículo 14 establece el derecho a todo ciudadano a expresar sus ideas en los medios de comunicación.

Durante los doce años (2003-2015) en el poder y sobre todo a partir del 2008, se profundizó el objetivo de abrir el abanico de la palabra para todos los sectores de la sociedad argentina y en contraposición, marcar límites a quienes conformaron los grandes monopolios de la comunicación durante gobiernos anteriores.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

En consonancia, el 2009 fue clave para desarrollar este tipo de políticas, ya que el 18 de marzo la ex presidenta presentó el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el Teatro Argentino de La Plata, el cual fue discutido en 24 Foros a lo largo y ancho del país, votado a favor por el Congreso de La Nación y promulgado por Cristina Fernández de Kirchner el 10 de Octubre de dicho año, convirtiéndose en la Ley 26.522.

Con una votación histórica: 146 votos afirmativos, tres negativos y tres abstenciones en la Cámara de Diputados; 44 votos afirmativos, 24 negativos y ninguna abstención en el Senado; y una gran movilización popular afuera del Congreso Nacional el día de la sesión, se volvió la ley con mayor cantidad de bloques legislativos participantes en la década kirchnerista (2004-2014)⁸³, lo cual reafirma que fue

83 ALFONSO, Alfredo (2014). Televisión Digital Abierta en Argentina en debate.

resultado de un gran apoyo de la mayoría, de un largo debate desde distintos sectores sociales, una ley fuertemente democrática.

Entre sus puntos más importantes se destacan la pluralidad de voces y la inclusión social a los sectores que fueron relegados a lo largo de la historia argentina, permitiendo gestionar el 33% de las licencias a los medios sin fines de lucro. También le pone límites a la concentración de la propiedad, además de definir una cuota de contenidos nacionales y locales con el objetivo de cuidar y promocionar la producción en el país, entre otros puntos en pos de la democratización de la comunicación.

Llega la TDA al país

Con el mismo propósito, mientras se discutía abiertamente la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina, en Agosto de 2009 la ex presidenta Cristina Fernandez de Kirchner, junto al ex mandatario brasilero Lula Da Silva, en el marco de la Cumbre Unasur en Bariloche, anunció la llegada de la Televisión Digital Abierta al país y formalizó la adopción de la norma Integrated Services Digital Broadcasting–Terrestrial (ISDB-T): “Japón aportará tecnología y no cobrará regalías por este trabajo en conjunto. Apuntamos a romper el cerco tecnológico entre los países emergentes y los desarrollados”⁸⁴, dijo la ex funcionaria argentina, mientras que su par de Brasil recalcó que: “Adoptar un sistema de tv digital en común permite sembrar la semilla de un polo tecnológico regional”⁸⁵.

El nombramiento de la norma se concretó a partir de una evaluación realizada por la Universidad Nacional de San Martín y la Secretaría de Comunicaciones, dependiente del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, quienes tuvieron en cuenta las características de cada sistema de Televisión Digital (tanto el norteamericano, como el europeo, el chino y el japonés), la eficacia espectral de cada uno de ellos, su adopción en otros países, entre otras

Publicado en *La televisión en la década kirchnerista. Democracia audiovisual y batalla cultural*. Argentina.

84 FERNÁNDEZ, Pablo (30 de agosto de 2009). Argentina eligió la norma japonesa de televisión digital. *La Nación* (en línea). Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/1167943-argentina-eligio-la-norma-japonesa-de-television-digital>

85 *Ibíd.*em.

cosas, para llegar a la conclusión de que la adaptación del estándar japonés denominado ISDB-T debía ser el elegido para desarrollar el Sistema de Televisión Digital de la República Argentina.

En este sentido, teniendo en cuenta los estudios realizados, el 31 de agosto de 2009 se creó el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), a través del Decreto 1148/2009, firmado por la ex presidenta de la Nación, Dra. Cristina Fernández de Kirchner, su jefe de Gabinete de Ministros, Dr. Aníbal Fernández y el Ministro de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, Arq. Julio De Vido.

En el punto número 1 de dicho decreto se explica por qué y para qué se crea este sistema en el país; y cuáles son los objetivos y beneficios que trae para todos los ciudadanos argentinos contar con la posibilidad de incorporar en sus vidas esta nueva innovación tecnológica:

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

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

- a) Promover la inclusión social, la diversidad cultural y el idioma del país a través del acceso a la tecnología digital, así como la democratización de la información.
- b) Facilitar la creación de una red universal de educación a distancia.
- c) Estimular la investigación y el desarrollo, así como fomentar la expansión de las tecnologías e industrias de la REPUBLICA ARGENTINA relacionadas con la información y comunicación.
- d) Planificar la transición de la televisión analógica a la digital con el fin de garantizar la adhesión progresiva y gratuita de todos los usuarios.
- e) Optimizar el uso del espectro radioeléctrico.
- f) Contribuir a la convergencia tecnológica.

- g) Mejorar la calidad de audio, video y servicios.
- h) Alentar a la industria local en la producción de instrumentos y servicios digitales.
- i) Promover la creación de puestos de trabajo y la capacitación de los trabajadores en la industria tecnológica.” 

De esta forma, el gobierno argentino tomó la iniciativa de llevar adelante el fenómeno de transición de la televisión analógica a la digital, planteándose el “apagón analógico” para el 2019, dando un plazo de diez años en el cual incorporar una televisión de calidad, gratuita y democrática para todos los habitantes, sin importar el nivel de vida que lleve cada uno.

Dicha decisión en un contexto en donde no todos los países pusieron tanto énfasis en buscar llegar a la totalidad de los habitantes desde el Estado en este cambio. Como explicó Guillermo Rus, ex vicepresidente de ARSAT: “La migración del analógico al digital es un fenómeno mundial, hubiera ocurrido con cualquier gobierno, pero el enfoque que se le da es propio del proceso político que se vivió en la última década”⁸⁷.

En ese sentido, desde el gobierno kirchnerista se entendió que los avances tecnológicos debían ser para beneficio de la sociedad y no sólo para un determinado sector, respetando lo establecido por la Declaración Universal de Derechos Humanos que, en su artículo 27 establece que todas las personas tienen derecho “a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten”⁸⁸.

Por otro lado, la elección de la norma japonesa apunta a trabajar de manera conjunta con los demás países de la región, quienes, a excepción de Colombia, las Guyanas y Surinam, siguieron la iniciativa de Argentina y Brasil de apostar a la norma ISDB-T, con el objetivo de reforzar el diálogo permanente que se desarrolló en la última década

86 Decreto 1148/2009 “Créase el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre”. Boletín Oficial de la República Argentina. 31 de agosto 2009.

87 RUS, Guillermo Jorge. Vicepresidente de ARSAT (2013-16). Entrevista realizada el 22 de febrero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

88 Resolución 217 A (III). *Declaración Universal de Derechos Humanos*. Asamblea General de las Naciones Unidas. 26 de junio de 1945.

en América del Sur entre los gobiernos populares que fomentaron (y en algunos casos siguen haciéndolo) la inclusión social de todos los sectores.



Normas adoptadas para TDT por país (Fuente: Divxland: <http://www.divxland.org>)

El rol de ARSAT en la TDT

En el mismo decreto que da iniciativa a la Televisión Digital en Argentina, se encuentra el artículo 2 que crea el Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, dependiente del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, el cual está a cargo del titular de este organismo; y tanto este como el

resto de los representantes de los entes públicos⁸⁹ que conforman el Consejo tienen el rol de proponer la forma en que se van a desarrollar los objetivos planteados en el artículo 1.

Con esta responsabilidad, el Consejo Asesor elaboró un informe que se utilizó como base para firmar el 15 de Marzo de 2010 el Decreto 364/2010, el cual declaró de interés Público la Plataforma Nacional de Televisión Digital Terrestre y recomendó para el desarrollo de la misma a la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales Sociedad Anónima.

Como subraya la Lic. Fernanda De La Mota, ex Coordinadora General de la Gerencia de la TDA en ARSAT: “Nosotros veíamos que ARSAT, en general como empresa, era, como le decían, <el brazo ejecutor de las políticas>. O sea, había un lugar más allá, donde se definían las políticas. Y ARSAT era la implementación, la ejecución de lo que ya estaba decidido desde otro lado. De hecho el slogan de la empresa estaba acorde con esta lógica: <Proyectos que se concretan>”⁹⁰.

89 Decreto 1148/2009 *Créase el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre*. Boletín Oficial de la República Argentina. 31 de agosto 2009.

Art. 2º — Créase el CONSEJO ASESOR DEL SISTEMA ARGENTINO DE TELEVISION DIGITAL TERRESTRE, en la órbita del MINISTERIO DE PLANIFICACION FEDERAL, INVERSION PUBLICA Y SERVICIOS, el cual estará presidido por el titular de dicha cartera, pudiendo el mismo delegar la citada función en un funcionario de su Ministerio. El CONSEJO ASESOR DEL SISTEMA ARGENTINO DE TELEVISION DIGITAL TERRESTRE tendrá como objeto asesorar en la consecución de los objetivos establecidos en el artículo anterior, y estará conformado por UN (1) representante de los siguientes organismos públicos nacionales:

- a) JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS.
- b) MINISTERIO DEL INTERIOR.
- c) MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO INTERNACIONAL Y CULTO.
- d) MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS.
- e) MINISTERIO DE PRODUCCION.
- f) MINISTERIO DE TRABAJO, EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL.
- g) MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL.
- h) MINISTERIO DE EDUCACION.
- i) MINISTERIO DE CIENCIA, TECNOLOGIA E INNOVACION PRODUCTIVA. Facúltase al MINISTERIO DE PLANIFICACION FEDERAL, INVERSION PUBLICA Y SERVICIOS a reglamentar el funcionamiento del Consejo creado en el presente artículo.

90 DE LA MOTA, María Fernanda. Coordinadora de la Gerencia de TDA en ARSAT (2015-15). Entrevista realizada el 22 de febrero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

De esta forma, la trabajadora deja en claro que en la empresa durante estos últimos años se gestionó en coordinación con el Poder Ejecutivo, presidido por Cristina Fernández de Kirchner, para la fabricación, implementación y difusión de las diferentes políticas públicas comunicacionales que fueron impulsadas para toda la población argentina.

En ese sentido, la empresa no sólo se encargó de la instalación de las Estaciones Digitales de Transmisión (EDT) de la TDA y del desarrollo del satélite, sino que se hizo cargo en su totalidad del proyecto: la entrega de equipos receptores de TDA Terrestre, el despliegue de los programas Mi Tv Digital Satelital y Mi Tv Digital Accesible, la difusión del servicio, la coordinación con instituciones educativas en pos del desarrollo del conocimiento, con los canales de televisión, así trabajando con los otros actores involucrados en este gran proyecto con la intención de formar una gran red de relaciones.

Por eso, desde la Gerencia de la TDA, ubicada en ARSAT, se coordinó con las distintas señales televisivas en un contexto en el cual desde el Poder Ejecutivo se mostró interés en la construcción de nuevos relatos a través de la implementación de políticas audiovisuales, como es el caso del Plan Operativo de Promoción y Fomento de Contenidos Audiovisuales Digitales del INCAA, que posibilitó la producción de casi 500 horas de contenidos original para televisión en un lapso de dos años⁹¹.

De esta forma, se trabajó en la construcción de una televisión inclusiva y federal, tanto desde la recepción como desde la producción, así afirma Nicolás Schonfeld, ex Coordinador General de Acua Mayor: “Lo que se buscó con la política de televisión digital, desde los contenidos, en sintonía con el despliegue de infraestructura, que la región se pueda contar a sí misma, para sí misma y para las demás, eso sería la federalización de la producción”⁹².

Entonces, el fin último de la TDA no era sólo abastecer de equipos receptores a aquellos sectores sociales que por su situación socio-

91 ALFONSO, Alfredo, *Televisión Digital Abierta en Argentina en debate*. Publicado en *La televisión en la década kirchnerista. Democracia audiovisual y batalla cultural*. Argentina. 2014.

92 SCHONFELD, Nicolás, Coordinador General de Acua Mayor (hasta abril 2016). Entrevista realizada el 21 de enero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

económica no podían acceder, sino entender otro modo de ver y hacer televisión, partiendo de que es una herramienta de producción y reproducción de sentidos.

Por eso, se planteó la necesidad de formular y fomentar una televisión que muestre todas las realidades, que sea un canal de comunicación para todas las voces, que no reproduzca la visión centralista de Capital Federal, el discurso de las clases gobernantes, sino que tenga un fuerte sentimiento democrático, en un proyecto de gobierno que entendió la inclusión no sólo desde lo económico, sino también desde lo político, lo social y lo cultural.

Dicha visión anteriormente expuesta está fuertemente ligada a lo expresado en la Ley 26.522, que entiende la producción de servicios audiovisuales fundamental para el desarrollo sociocultural de una población.

De mismo modo, durante los doce años del gobierno kirchnerista, tanto durante el mandato de Néstor Kirchner (2003–2007) con la creación de Canal Encuentro, como durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2007–2015), con la innovación de señales como Paka Paka, Incaa TV, Depor Tv, Técnopolis, Acua Mayor y Acua Federal, se buscó mejorar la eficiencia de la televisión argentina, brindando producciones de calidad cultural y educativa.

El mismo propósito se desarrolló en los demás medios de comunicación que históricamente pertenecieron al Estado, como el caso de Canal 7 y Radio Nacional, los cuales se equiparon con tecnología de último modelo para optimizar la calidad de la programación, teniendo en cuenta también producciones realizadas en el interior del país. Al igual que el programa “Fútbol para todos”, a través del cual se le devolvió a todos los argentinos la posibilidad de ver los partidos de fútbol de los equipos de la primera división y de la B Nacional del país a través de la pantalla estatal.

Como afirma la Lic. Fernanda de La Mota: “La TDA en particular fue concebida y estructurada como una política inclusiva y federal, porque tuvo lugar en el marco de un gobierno que entendía el acceso a la información como un derecho de la población. Por eso la TDA no es una política aislada. Es parte de una serie de políticas que toma el gobierno en materia de comunicaciones. La LSCA, la ley Argentina Digital, el Plan Argentina Conectada, Conectar Igualdad, hasta el Fútbol para Todos, y se podría seguir largo rato con los ejemplos, todas forman parte de políticas orientadas a garantizar la inclusión de

la población, a evitar que queden excluidos los sectores vulnerables. Todas las políticas públicas tomadas por el gobierno nacional en los últimos 12 años estuvieron signadas por este horizonte”⁹³.

Inclusión Digital: Argentina Conectada

A raíz de todas las políticas públicas e inversiones desarrolladas en materia de comunicación durante el primer período de su mandato, Cristina Kirchner, decidió firmar el 21 de octubre de 2010 el Decreto 1552/2010 Plan Nacional de Telecomunicaciones “Argentina Conectada”, con el objetivo de resguardar los logros obtenidos y de profundizar la inclusión digital en todo el territorio nacional.

Entre sus consideraciones, se puede leer en el texto: “Artículo 1º — Créase el PLAN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES “ARGENTINA CONECTADA”, el cual tendrá como ejes estratégicos la inclusión digital; la optimización del uso del espectro radioeléctrico; el desarrollo del servicio universal; la producción nacional y generación de empleo en el sector de las telecomunicaciones; la capacitación e investigación en tecnologías de las comunicaciones; la infraestructura y conectividad; y el fomento a la competencia; todo ello abordado desde una óptica universal e inclusiva con el fin de fortalecer la inclusión digital en la REPUBLICA ARGENTINA.” 

De este modo, se tuvieron en cuenta las políticas públicas digitales que se desarrollaron hasta dicha fecha, como el Plan Conectar Igualdad, uno de los proyectos más importantes impulsados por el gobierno kirchnerista con la intención de achicar la brecha digital. Incorporó la tecnología en las escuelas argentinas al dar una netbook a cada estudiante y profesor, con el fin de que todos los jóvenes tengan las mismas oportunidades de trabajar y jugar con las nuevas herramientas dentro y fuera del aula.

Cabe destacar que las últimas computadoras que entregó el Estado,

93 DE LA MOTA, María Fernanda. Coordinadora de la Gerencia de TDA en ARSAT (2015-15). Entrevista realizada el 22 de febrero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

94 Decreto 1552/2010 Plan Nacional de Telecomunicaciones “Argentina Conectada”. Boletín Oficial de la República Argentina. 21 de octubre 2010.

a través del Plan Conectar Igualdad, incluyen la posibilidad de ver algunas señales televisivas que forman parte de la TDA. De esta manera, se reconoce por parte del ex gobierno una política de telecomunicaciones integral, es decir, que todas las políticas públicas que se desarrollaron estuvieron en permanente relación, porque formaron parte de un objetivo común.

Y en este propósito, de que todos los argentinos tengan las mismas oportunidades para acceder a las nuevas tecnologías, con las mismas condiciones, a través de mayor

conectividad y servicios, es que este plan declaró de interés público “el desarrollo, la implementación y la operación de la RED FEDERAL DE FIBRA OPTICA, a cargo de la EMPRESA ARGENTINA DE SOLUCIONES SATELITALES SOCIEDAD ANONIMA (AR-SAT), contemplando las obras de infraestructura que resulten necesarias para tal fin”⁹⁵. Aquí nuevamente, se reconoce la relevancia que tiene la empresa estatal ARSAT, en la política comunicacional planteada por el kirchnerismo durante la última década.

El acceso a las TIC: Ley Argentina Digital

En consonancia con las políticas de telecomunicaciones que impulsó el kirchnerismo, el 16 de Diciembre de 2014 se promulgó la Ley 27.078 “Argentina Digital”, con la intención de declarar de interés público el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, las telecomunicaciones y recursos asociados. De este modo, buscó que todos los habitantes del país tengan la posibilidad de acceder a las tecnologías de la información y la comunicación sin importar clases sociales, ni región en la que se encuentre.

El perfil de esta ley tiene relación con las anteriores normativas de telecomunicaciones nombradas en la presente tesis, las cuales comparten el propósito de achicar la brecha digital en Argentina, encontrando la forma de que las nuevas tecnologías puedan llegar y ser utilizadas por cada ciudadano, para que nadie se quede afuera del

⁹⁵ Decreto 1552/2010 *Plan Nacional de Telecomunicaciones “Argentina Conectada”*. Boletín Oficial de la República Argentina. 21 de octubre 2010.

progreso del país.

Como se lee en el artículo 2 de dicha norma: “Las disposiciones de la presente ley tienen como finalidad garantizar el derecho humano a las comunicaciones y a las telecomunicaciones, reconocer a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como un factor preponderante en la independencia tecnológica y productiva de nuestra Nación, promover el rol del Estado como planificador, incentivando la función social que dichas tecnologías poseen, como así también la competencia y la generación de empleo mediante el establecimiento de pautas claras y transparentes que favorezcan el desarrollo sustentable del sector, procurando la accesibilidad y asequibilidad de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el pueblo.” 

Este artículo deja en claro el rol que tomó el Estado frente a la comunidad y las nuevas tecnologías de la comunicación, convirtiéndose en el garante para que las innovaciones lleguen a todos los sectores de la sociedad, con la clara intención de que cada ciudadano tenga la posibilidad de contar con estos avances para el desarrollo de su vida cotidiana, sin importar a la clase social que pertenezca.

Satélites Industria Argentina: Plan Satelital Geoestacionario Argentino

La Ley 27.208 o Ley del Desarrollo de la Industria Satelital, que impulsó la ex presidenta Cristina Fernandez de Kirchner durante el 2015, consiste en declarar de interés público al desarrollo de la industria satelital como política de Estado. Entre sus objetivos se destaca: proteger las posiciones espaciales del país, construir satélites y desarrollar servicios satelitales.

En sus puntos más fuertes, se propone la creación de ocho satélites más, seis aparatos de fabricación híbrida y dos de propulsión eléctrica que reemplacen el ARSAT-1 y ARSAT-2; prohíbe la transferencia de cualquier parte del 51% de acciones Clase A que el Estado posee

96 Ley 27.078. Argentina Digital. Boletín Oficial de la República Argentina. 18 de diciembre 2014.

en ARSAT sin la autorización de los dos tercios de los miembros del Congreso, así como “cualquier acto o acción que limite, altere, suprima o modifique el destino, disponibilidad, titularidad, dominio o naturaleza de los recursos esenciales”⁹⁷.

De esta manera, tiene como fin continuar con la construcción de satélites geostacionarios, tanto para uso propio como para terceros, otorgándole prioridad nacional.

Así, se genera y se incentiva el crecimiento de la industria nacional y del capital intelectual de técnicos, ingenieros y demás especialistas argentinos. Por ello, se establece que la empresa encargada de ejecutar las acciones necesarias para implementar este Plan Nacional es ARSAT, que tendrá la tarea de fabricar y lanzar por lo menos ocho satélites en los próximos 20 años.

Estas regulaciones son de gran importancia para asegurar el desarrollo satelital y el avance en el campo de las telecomunicaciones en Argentina. Al mismo tiempo, permite que una mayor cantidad de personas tenga acceso a diferentes tecnologías, generando un aumento de inclusión digital en todo el territorio nacional.

Con estas medidas decretadas y respetadas por la ex presidenta Cristina Fernandez de Kirchner, se puede afirmar que el Estado Nacional tenía como fin democratizar las telecomunicaciones y seguir evolucionando en pos de la soberanía. Pero más allá de mantenerse o no en el poder, con esta ley se buscó la seguridad de que se siga desarrollando en la Argentina la industria satelital, a pesar del gobierno de turno que sea elegido por el pueblo.

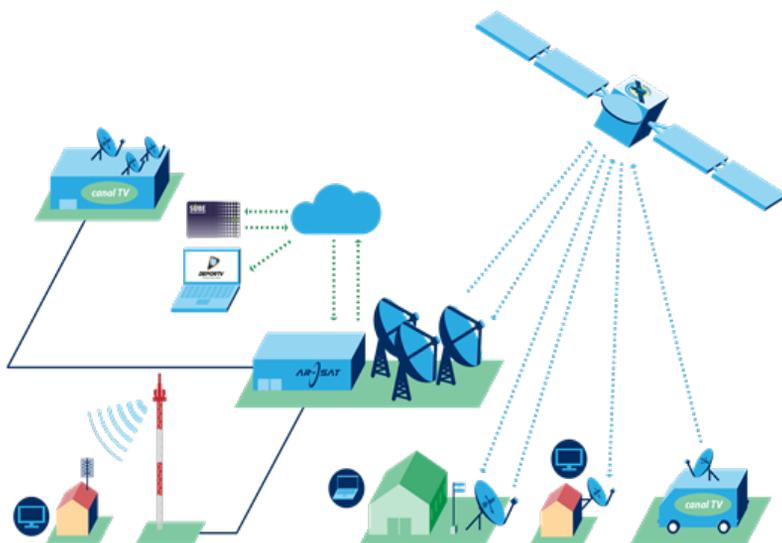
En este sentido, es necesario dejar en claro la importancia que el gobierno kirchnerista le dio a la empresa estatal ARSAT en cada una de las políticas públicas desplegadas desde su creación hasta el fin del segundo mandato de Cristina Fernández de Kirchner (2006-2015), ya que tuvo un rol fundamental en la implementación, promoción y difusión de diferentes medidas, y no solo eso, sino que permitió que haya una relación permanente entre las distintas políticas comunicacionales impulsadas por dicho gobierno, lo que posibilitó que se desarrolle una política integral de comunicación en Argentina.

97 Ley 27.208. Ley de Desarrollo de la Industria Satelital. Anexo: Plan Satelital Geostacionario 2015-2035. Boletín Oficial de la República Argentina. 09 de noviembre de 2015.

Capítulo 3: ARSAT-1, un sueño cumplido

Uno de los objetivos principales que se planteó el Estado a través del proyecto de Televisión Digital Abierta fue llegar a todos los hogares del país, lograr una inclusión social y digital en el territorio nacional. Permitir que no sólo aquellos que cuentan con los recursos necesarios para contratar un servicio de abono sean los que tengan acceso a una buena televisión, sin problemas, ni interferencias.

Fue por ello que, se colocaron más de 80 Estaciones Digitales de Transmisión (EDT) de Televisión Digital Terrestre en diferentes puntos estratégicos de Argentina, ofreciendo el sistema conocido como TDA Terrestre, alcanzando aproximadamente al 83% de la población. Y para las zonas donde esta cobertura no llegaba se implementó la TDA Satelital, que ingresa directamente a las casas a través del satélite geostacionario ARSAT-1, que también se encarga de emitir la señal a cada una de las EDTs.



Modo de transmisión de la TDA (Fuente: Casa Rosada: <http://www.casarosada.gov.ar>)

El satélite geoestacionario ARSAT-1, fabricado en Argentina, llega a todo el territorio nacional, incluso en los lugares menos pensados, como la Península Antártica y las Islas Malvinas. Abarca aquellas regiones que las empresas privadas de telecomunicaciones no consideran necesario alcanzar, por no ver rentable su negocio allí. Como afirma el Ing. Andrés Rodríguez, Jefe de Proyecto ARSAT-1: “Las operadoras están muy concentradas, hay dos o tres grandes en el mundo, y privilegian la parte económica. Una operadora extranjera no va a privilegiar dar servicios en la Antártida o en la Patagonia o en algún lugar extraño del Norte argentino, si, en el corredor del centro de Argentina, donde todo el mundo da servicios” 

Entonces, ¿por qué poner énfasis en este plan de desarrollo? ¿Por qué invertir más de USD 250 millones en un satélite geoestacionario? ¿Para qué pensar en este tipo de proyectos que se encargan los países del primer mundo? Sin dudas que invertir en este satélite fue una política de Estado, una decisión pensada y analizada por el ex gobierno nacional, tanto por el entonces presidente Néstor Kirchner (2003–2007) como por la ex presidenta Cristina Fernández (2007–2015), quienes apostaron a ejecutar diferentes propuestas con el fin de buscar la igualdad de condiciones de todas y todos.

Es por eso que el Estado argentino decidió invertir en satélites geoestacionarios, con el objetivo de garantizar una buena comunicación a lo largo y ancho del territorio nacional y mayor igualdad de servicios para los habitantes del país, convirtiéndose en pionero en Latinoamérica e ingresando en el selecto grupo de ocho países en el mundo que fabrican sus propios satélites.

Como reconoce el Ing. Matías Bianchi, ex presidente de ARSAT: “Pensar esas inversiones para que todos los argentinos podamos tener comunicaciones, podamos tener televisión y cuando digo todos me refiero a todos, llegando a cada rincón. (...) Esa mirada federal, esa mirada de inclusión y de ampliar derechos que tuvimos durante estos últimos años”⁹⁹.

98 RODRIGUEZ, Andrés. Jefe de Proyecto ARSAT-1. Entrevista realizada el 21 de diciembre de 2015 en la ciudad de Benavidez.

99 “Los satélites Arsat están pensados para la gente y una mejor comunicación”, *Entrevista a Matías Bianchi*. Noticias del 6. Recuperado de: <http://www.noticiasdel6.com/ampliar.php?id=154055&t=los-satelites-arsat-estan-pensados-para->

Sin embargo, no fue fácil para la sociedad entender cómo un gobierno decidió apostar en telecomunicaciones. Más difícil aún fue para el kirchnerismo explicar por qué se invirtió gran cantidad de dinero para diseñar y desarrollar un satélite geoestacionario, cuando nunca antes había ocurrido en el país. Y más arduo fue para los trabajadores de ARSAT creer que iban a culminar y lograr dicho proyecto.

Sin embargo, en la actualidad la Argentina cuenta con miles de nuevos televidentes que pueden acceder al servicio televisión gracias a la Televisión Digital Satelital, la cual llegó a poblaciones que se encontraban totalmente incomunicadas. De esa manera, este proyecto reconoció los sectores donde se estaban vulnerando el acceso a las TIC y trabajo en pos de reducir la brecha digital existente, lo cual significa incluirlos en una sociedad que hasta ese momento los desconocía como sujetos de derecho.

El comienzo del camino

Como se dijo anteriormente, ARSAT tuvo el rol de llevar adelante el plan del primer satélite geoestacionario argentino, junto a la empresa rionegrina INVAP, quien se ocupó de su diseño e integración. Realizaron el trabajo de manera conjunta para poner en marcha el proyecto, aportando desde sus conocimientos todo lo necesario para que la fabricación del ARSAT-1 sea un sueño cumplido para todos los argentinos.

De esta manera, ARSAT contrató a INVAP para realizar un satélite de telecomunicaciones con el fin de reemplazar al satélite Nahuel 1 y así cubrir la posición 72 de la órbita geoestacionaria. Andrés Rodríguez, Jefe del Proyecto ARSAT-1, detalló: “Se firma con INVAP porque era la única empresa en el país con capacidades para poder aprender lo necesario en el tiempo corto con el que se contaba para poder hacer un satélite en los tiempos que medianamente estaban planteados”¹⁰⁰.

La empresa INVAP Sociedad del Estado, localizada en la ciudad de San Carlos de Bariloche, cuenta con una trayectoria de más de cuarenta

100 RODRIGUEZ, Andrés. Jefe de Proyecto ARSAT-1. Entrevista realizada el 21 de diciembre de 2015 en la ciudad de Benavidez.

años que alimentan su experiencia en la materia de sistemas de tecnologías complejas, como el caso de satélites. Sin embargo, hasta el momento de empezar con el proyecto del ARSAT-1, se había abocado a construir satélites de órbita baja, más pequeños y con un peso de alrededor de 1000kg, utilizados para otro tipo de prestaciones.

Con esta propuesta, se le daba la responsabilidad de concretar un proyecto, el primero, para el cual debía instruirse y diseñar un satélite geoestacionario de telecomunicaciones, de cerca de 3000kg, que orbite a 35.786 km de distancia de la Tierra, con una alta confiabilidad, y que tenga una duración prolongada de aproximadamente 15 años.

Acá es donde ARSAT toma un rol fundamental, ya que los ingenieros satelitales de la empresa contaban con mayor experiencia en operar satélites geoestacionarios de telecomunicaciones, quienes decidieron trabajar con INVAP de manera conjunta para conjugar los conocimientos de cada uno y defender el mismo plan. Es por eso que, la empresa con sede en Benavídez colaboró tanto en el control del diseño, como en el seguimiento técnico del proyecto, participaron de los procesos elegidos para desarrollarlo y de los ensayos medioambientales que se realizaron en el período final.

Cuando se habla de ingenieros y técnicos instruidos para concretar un satélite, se hace referencia a profesionales capaces de realizar, diseñar y construir diferentes equipamientos, cuyo propósito es el de estar funcionando en el espacio exterior, con condiciones inexplicables para el planeta Tierra, como por ejemplo el cambio de 100°C de la temperatura en cuestión de segundos, donde no existe el aire para disipar el calor.

Además, en caso de que le ocurra algún desperfecto a dicha creación, no tiene la posibilidad de ser reparado. Es por eso que, antes de dar por finalizado el satélite, se hicieron pruebas con cada una de las partes que lo componen. Cabe destacar que Argentina es uno de los pocos países en el mundo que cuenta con este tipo de ingenieros, a los que le brinda la posibilidad de que puedan desarrollar sus ideas y trabajar con seriedad en beneficio de todo el pueblo argentino.

Tanto ARSAT como INVAP, trabajaron a lo largo de estos años acompañándose, sin egoísmo, como afirmó el Jefe del proyecto ARSAT-1, Rodríguez: “Lo primero que pensé en el 2006, cuando el Estado tomó la empresa, es que no se podía. Lo primero que dijimos la mayoría fue: esto es un delirio, no se va a poder, INVAP no va a poder, no-

sotros (por los trabajadores de ARSAT) teníamos capacidades para operar satélites, algunos se habría podido hacer el batallador diciendo que sí íbamos a poder diseñar un satélite en Argentina, pero la realidad es que todas las horas hombres que se requirieron para el satélite, si no nos hubiéramos puesto de acuerdo y hubiéramos tenido ese esfuerzo a nivel país y el soporte, tanto económico como de fuerza política que garantice que eso iba a seguir estando, no se hubiera podido”¹⁰¹.

ARSAT-1: Un proyecto dividido en fases

Para poder cumplir con la misión de construir el satélite geoestacionario de telecomunicaciones ARSAT-1, se plasmaron distintas etapas en la que ARSAT e INVAP trabajaron con rigurosidad para culminar con el proyecto que comenzó en 2007. Se dividieron en cuatro fases: la primera fue llamada de ingeniería preliminar, en la segunda se puso en práctica la ingeniería de detalle, la tercera etapa fue de fabricación, integración y ensayos, y la última consistió en lanzamiento y puesta en órbita del satélite.

El Ing. Andrés Rodríguez describe cómo fue el camino recorrido para lograr el objetivo: “De 2007 a 2010 se hizo el desarrollo de la ingeniería para poder hacer los planos y el diseño de los satélites, que después a partir de 2010 se empezó a construir hasta el 2012. Se fabricaron todas las partes hasta fin del mismo año, se ensambló en el 2013 y luego, hasta 2014 se hicieron todos los ensayos en Tierra para poder tener el lanzamiento al finalizar el año”¹⁰².

Haciendo salvedad de la fabricación de algunos componentes, que fueron importados para cumplir con el cronograma del proyecto, como la carga útil de comunicaciones, algunos sensores, el sistema de propulsión y accesorios¹⁰³, y el lanzamiento al espacio, las demás

101 RODRIGUEZ, Andrés. Jefe de Proyecto ARSAT-1. Entrevista realizada el 21 de diciembre de 2015 en la ciudad de Benavidez.

102 *Ibidem*.

103 Demandaría varios años desarrollar en el país las unidades que se importaron y calificarlas para poder garantizar que funcionen de acuerdo a los requerimientos de la vida útil del satélite.

operaciones que formaron parte se realizaron en Argentina.

Esto deja en claro la calidad de los técnicos e ingenieros que trabajan en el país y la política de Estado que se implementó durante los doce años de gobiernos populares que incentivaron a la ciencia y la tecnología, como el caso del Plan Raíces, a través del cual se ocuparon de repatriar a aquellos científicos y profesionales de diferentes ramas que habían decidido irse décadas anteriores por falta de oportunidades¹⁰⁴.

Entonces, en primera instancia se pensó el proyecto para luego diseñarlo, fabricar las diferentes partes que componen el satélite y de esta manera ensamblarlo y realizar los ensayos necesarios para tener la tranquilidad de lanzarlo al espacio y luego ponerlo en órbita para que comience a funcionar.

En este sentido, INVAP, además de ser el encargado de llevar adelante el diseño y construcción, tuvo un rol fundamental en la fabricación de diferentes piezas del satélite, como el caso de ciertas partes mecánicas, la estructura, el software, la computadora de control a bordo, el sistema de control térmico, todas realizadas por la empresa (en algunos casos con colaboración) con mano de obra argentina.

Con el plan más avanzado, en CEATSA se llevaron adelante las pruebas de ensayos, para asegurar que todas las partes que conformaban el satélite estaban en buenas condiciones para ser mandadas al espacio y cumplir la función por quince años.

En lo que respecta al lanzamiento, este se conviene efectuar cercano a la línea del Ecuador, es por ello que se realizan desde países como Guayanas francesas. El pretexto de que se ejecute en esta zona tiene que ver con que se necesita optimizar el combustible para llegar a la órbita geostacionaria, que es desde donde se opera el satélite. Cuanto más lejos del Ecuador se está, más combustible se gasta, y no conviene derrocharlo sabiendo que es un recurso que se va a necesitar para los próximos quince años.

104 El Plan Raíces (Red de Argentinos Investigadores y Científicos en el Exterior), es un plan del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva destinado a establecer redes de conexión entre los científicos argentinos en el exterior y la ciencia que se desarrolla en la Argentina, llegando de ser posible a la repatriación de los científicos involucrados en el programa. Desde 2003, cuando se dio inicio durante el gobierno de Néstor Kirchner, hasta 2015, con los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner, momento donde se hizo Ley este proyecto (2008), se repatriaron más de 1000 científicos.

Para elevar al espacio el ARSAT-1 se decidió contratar a Arianespace, empresa que realiza la maniobra con lanzadores especiales (para soportar el peso de los satélites de telecomunicaciones) desde Kourou, Guayana Francesa.

Rodríguez, Jefe del proyecto ARSAT-1, recordó el momento en que se encontraban pendientes todos los ingenieros de ARSAT e INVAP, y gran parte de la población y afirmó: “Nunca tuve duda de que el lanzamiento fuera a ser exitoso. Sí tenía mucha expectativa. (...) otro de los momentos que puede ser crítico es el de la separación del satélite del lanzador, por eso el festejo más grande fue en ese momento, porque si el satélite queda adosado al lanzador la misión se pierde”¹⁰⁵.

Una vez que el satélite se encontró en el espacio comenzó el proceso para ponerlo en órbita. También fue un desafío importante, ya que para la mayoría de los trabajadores a cargo era la primera vez que participaban de este tipo de misión: “Así como se hizo el satélite en Argentina, era la primera misión de puesta en órbita del satélite que se hacía en Argentina y en un país latinoamericano. Nosotros (por algunos miembros de ARSAT) habíamos participado de la puesta en órbita de la época de NahuelSat, pero pasivos. Veíamos cómo lo hacían otros, y había algunos miembros de ARSAT que trabajaron afuera y que tenían cierta experiencia en misiones de puesta en órbita. Pero como grupo no habíamos participado en ninguna puesta en órbita, por eso se trabajó más de un año y medio en la calificación de la gente para poder operar, para poder seguir los procedimientos”¹⁰⁶.

Uno de los puntos fundamentales es la primera maniobra de apogeo, ya que esta estrategia para poder circularizarlo a la órbita asegura que el motor funciona, que andan todos los componentes y que el satélite va a poder ser posicionado en el lugar que corresponde. Por último, se llevó adelante la apertura total de los paneles y de la antena.

Cabe recordar que el satélite ARSAT-1 pesa 2.973 kg, mientras que su cuerpo principal (sin apéndices) mide 2 m x 1,8 m por 2,9 m. Aunque una vez en órbita se lleva adelante el despliegue de los paneles solares, con los que alcanza los 16, 42 m de envergadura, sumado a una antena de comunicaciones de 2 m de diámetro.

105 RODRIGUEZ, Andrés. Jefe de Proyecto ARSAT-1. Entrevista realizada el 21 de diciembre de 2015 en la ciudad de Benavidez.

106 *Ibíd.*

La señal del ARSAT-1 directa al hogar

Como se indica en la Ley 27.208, el ARSAT-1 se desarrolló en base a la plataforma estándar 3K de ARSAT. Este satélite tiene la particularidad de que transmite en banda Ku y cuenta con una carga útil de 1152 MHz, repartida en 12 transpondedores de 36 MHz, 8 de 54 MHz, y 4 de 72 MHz. Las señales de radiofrecuencia en banda Ku permiten que se brinden diferentes servicios de telecomunicaciones, como es el caso de la Televisión Directa al Hogar, y así llevar adelante el programa de Televisión Digital Abierta Satelital (TDS), completando el acceso a la televisión para todos los ciudadanos argentinos, que por vivir en zonas sin cobertura no cuentan con la señal de la TDA Terrestre, con un satélite propio.

De esta manera, analizar el desarrollo del proyecto del ex gobierno nacional para entender cuál es el rol que ocupa el ARSAT-1 en la política pública de la Televisión Digital Abierta, permite reconocer la mirada que tuvo el kirchnerismo a la hora de decidir realizar la fabricación del primer satélite geoestacionario del Cono Sur. Además de poder observar cómo se mantuvo la idea de inclusión social como bandera, permitiendo que todos los habitantes del territorio argentino cuenten con conectividad, como la TDA, y así lograr un achicamiento de la brecha digital en Argentina.

Para que los ciudadanos argentinos tengan en los televisores de sus casas la TDS deben contar con el equipo receptor de esta señal, el cual está compuesto por: una antena parabólica de 90 cm., una base penetrante; un LNB (Low Noise Block o Bloque de Bajo Ruido); un equipo receptor DVB-S2/MPEG-4 con control remoto; una smart-card, cables y conectores.



Decodificador satelital (Fuente: <http://tdasatelital.arsat.com.ar>)



Antena parabólica (Fuente:
<http://tdasatelital.arsat.com.ar>)



Tarjeta inteligente (Fuente:
<http://tdasatelital.arsat.com.ar>)

Para todos aquellos que no tienen la posibilidad de comprar este aparato receptor, el gobierno nacional de ese momento implementó el Programa Mi TV Digital Satelital, con el fin brindar el equipamiento de recepción de TDS, a todas aquellas familias de población en situación socio-económica de riesgo, establecimientos estatales y organizaciones sociales, siempre teniendo en cuenta que no llegue la TDT a esas zonas geográficas.

En este sentido, diferentes actores trabajaron arduamente a nivel nacional para llevar adelante el plan, con el objetivo de que la Televisión Digital Abierta Satelital llegue con contenidos a todas las regiones:

-Radio y Televisión Argentina (RTA) fue nombrado el ente encargado de operar el Sistema de Televisión Satelital en todo el país, con un paquete de señales educativas, culturales e informativas.

-ARSAT, además de brindar la capacidad satelital para que se puedan

transmitir los contenidos de la TDS y de implementar el Programa “Mi TV satelital”, es el articulador de los distintos actores.

-Las provincias, municipios y/o entidades locales (cooperativas, federaciones, PyMEs, empresas públicas provinciales o municipales) que adhieran al Programa “Mi TV Digital

Satelital”, son las responsables de coordinar junto a ARSAT las actividades para el proceso de instalación de los equipos.

Capítulo 4: La televisión a servicio del pueblo

TDA: Un proyecto pensado para todas y todos

Hablar de la Televisión Digital Abierta no solo es sinónimo de innovación tecnológica, ya que este proyecto, que surgió durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2009), tiene una decisión política y una intención clara de que la TDA sea un servicio disponible para toda la población argentina, entendiendo que la comunicación es un derecho humano.

Es importante tener en cuenta el rol que cumple la TDA, cuál es su objetivo y porqué el Estado argentino decidió invertir en este proyecto de avanzada, este cambio tecnológico donde los primeros en disfrutarlo fueron los sectores más vulnerables.

En ese sentido, la Lic. Fernanda De La Mota, Coordinadora de la Gerencia de la TDA en ARSAT durante el año 2015, hizo hincapié en el sentido de que la nueva televisión haya llegado en primer lugar a los sectores del país con menos recursos: “Se trata de un caso particular (...) Siempre los avances tecnológicos son accesibles en primer lugar para los sectores de la sociedad más privilegiados. En este caso, y por decisión política del gobierno nacional, la televisión digital estuvo primero disponible y garantizada para aquellos que sistemáticamente quedan excluidos”¹⁰⁷.

De esta manera, se decidió pensar primero en los jubilados, en aquellos que reciben pensiones, en todas las familias que sus niños son beneficiarios de la Asignación Universal por Hijo (AUH), en quienes viven en puntos del país desfavorables para que llegue la televisión por cable. Siempre con la idea de que todas y todos los habitantes del

107 DE LA MOTA, María Fernanda. Coordinadora de la Gerencia de TDA en ARSAT (2015-15). Entrevista realizada el 22 de febrero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

país tengan la oportunidad de gozar del derecho a la comunicación, de poder expresar, recibir y difundir información con libertad.

Según los últimos estudios realizados por el Ministerio de Cultura de la Nación, todos los argentinos prácticamente miran televisión desde el televisor, aunque la minoría de los espectadores tiene televisión de aire (analógica o digital), “la mayoría utiliza servicios de TV por cable (68%) o satelital (13%)”¹⁰⁸. Mientras que, el 15% de la población tiene televisión analógica, y el 7% TDA¹⁰⁹. Ese 15% no es una cifra menor pensando que hacia el 2019 se llevará a cabo el apagón analógico. Si ese sector no se traslada hacia la TDA o comienza a pagar un servicio, no podrá seguir disfrutando de la televisión.

Con estos datos es que, desde ARSAT, surgió un espacio con el objetivo de nuclear la TDA como gran proyecto. Por ello, a principio de 2015 se formaliza la Gerencia de la TDA, a cargo de Guillermo Rus, vicepresidente de la empresa en ese momento, con el objetivo de “posicionar a la TDA como un servicio para la población, en sentido amplio”¹¹⁰



La Televisión Digital Abierta nació en 2009, pero se vislumbró en los años subsiguientes a partir del despliegue de infraestructura (con más de 80 Estaciones Digitales de Transmisión colocadas a lo largo y ancho del país), el satisfactorio trabajo realizado con el Plan de Acceso Mi Tv Digital, a través del cual se entregaron más de un millón de equipos receptores de TDA Terrestre gratis, y se instalaron más de 40 mil kit satelitales de TDA para la población en riesgo de exclusión en el cambio tecnológico. Sin embargo, hasta principios de 2015 no se había logrado llegar al ciudadano para que adopte la política pública y pueda disfrutar de los contenidos que ofrece dicho servicio.

En ese sentido, como explica la Lic. Fernanda de la Mota: “Desde ARSAT lo que nos inquietaba eran dos cuestiones, en principio. Una, que

108 Argentina, Ministerio de Cultura Presidencia de la Nación. Dirección Nacional de Industrias Culturales. *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital*, 2013.

109 Argentina, Ministerio de Cultura Presidencia de la Nación. Dirección Nacional de Industrias Culturales. *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital*, 2013.

110 DE LA MOTA, María Fernanda. Coordinadora de la Gerencia de TDA en ARSAT (2015-15). Entrevista realizada el 22 de febrero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

la cantidad de decodificadores entregados no se correspondía con la cantidad de hogares que efectivamente veían la TDA. La distribución masiva estaba funcionando pero después en la casa, la gente no usaba el equipo. Había que darle una vuelta a esto. No es automático, no es un proceso administrativo, no alcanza darle el equipo a la gente para que adopte el servicio (...) La otra era que, sabiendo que la población destinataria de los planes de acceso era aproximadamente del 5%, veíamos necesario que la TDA trascendiera esa frontera y alcanzara al resto de la población. Eso era un tema, porque había mucho desconocimiento, pero además los que conocían la TDA, pensaban que era <la tele de Cristina>, <la tele del Gobierno>, <la tele de los jubilados, de los pobres>. Y nosotros tenemos otra concepción de la TDA” 

De este modo es que desde la Gerencia de la TDA se decidió ver al servicio de forma integral, y en consecuencia se formó un equipo articulado por múltiples disciplinas y diferentes áreas de conocimientos. Así, había un sector que se seguía encargando de la ingeniería y el despliegue de la TDA, pero el resto de los elegidos para integrar las demás unidades eran profesionales de ramas de Ciencias Sociales y Humanidades, que tenían un fin en común y era el de hacer conocer el servicio gratuito para que sea adoptado en los hogares argentinos.

Había profesionales, en su mayoría mujeres, de Comunicación, Sociología, Psicología, Ciencias Política, Educación, Administración, quienes buscaban encontrar la manera de que esta política inclusiva y federal llegue a los ciudadanos. En este sentido, según la Lic. Fernanda De La Mota, el equipo trabajaba de manera conjunta para llegar a su objetivo: “Nosotros siempre entendimos que el desarrollo tecnológico debe estar al servicio de la población, que lanzar satélites no es sólo una maravilla de la tecnología sino que además tiene que ver con la soberanía de un país y con la manera en que esa maravilla le cambia o no la vida a la gente¹¹².”

A pesar del esfuerzo realizado por cada trabajador de ARSAT, es necesario recordar el desprestigio que se le hizo a la TDA y a toda la política de telecomunicaciones impulsada por el gobierno de Cristina Fernandez de Kirchner (2007–2015) a través de ciertos grandes me-

111 DE LA MOTA, María Fernanda. Coordinadora de la Gerencia de TDA en ARSAT (2015–15). Entrevista realizada el 22 de febrero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

112 *Ibídem*.

dios de comunicación. No fue fácil para quienes debían llevar adelante este proyecto lidiar con los comentarios despectivos de medios y periodistas, como el caso de Clarín, grupo multimedia dueño de Cablevisión, quien representa el 85% del negocio de la televisión de cable.

De esta manera, el grupo nombrado desacreditaba esta política pública, que no buscaba disputar directamente, sino que instalaba un nuevo servicio, gratis y de calidad técnica y en sus contenidos, que a su vez obligaba a las grandes empresas a generar mayor competitividad, a mejorar la calidad, a ampliar las redes de infraestructura, a bajar sus precios. Como afirma Guillermo Rus, ex vicepresidente ARSAT: “Con la TDA tal cual fue concebida, no se buscó competir con los sistemas por abono pero sí complementarlos y ofrecer a la población una base de televisión abierta que permitiera a los argentinos acceder a la información, la cultura y el entretenimiento sin la obligada necesidad de un sistema pago”¹¹³.

Pensar la TDA con nuevas señales y contenidos

Lejos de entender a la política pública como una competencia, la consigna que se tuvo fue lograr que llegue una nueva televisión de calidad a cada hogar, y esta cuestión no solo se vio reflejada en la parte de infraestructura, sino que también en lo que respecta a la grilla televisiva, a los nuevos canales creados por el Estado Nacional y a la originalidad de los contenidos que aparecen en la nueva televisión.

En consonancia, el Doctor en Ciencias de la Comunicación, Martín Becerra, reconoce: “Como complemento a la inversión en infraestructura, el Estado financia la producción de contenidos, algo inédito en gran parte del país y fomenta el equipamiento de pequeñas y medianas productoras”¹¹⁴.

113 RUS, Guillermo Jorge. Vicepresidente de ARSAT (2013–16). Entrevista realizada el 22 de febrero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

114 BECERRA, Martín (2014). *De la concentración a la convergencia. Políticas de Medios en Argentina y América Latina*. Argentina. Editorial Paidós.

Este detalle no es menor, ya que se le dio lugar a formar parte de la televisión y de la comunicación a sectores de la sociedad que fueron relegados hasta el momento. Que tienen la oportunidad de dar a conocer sus relatos, sus conflictos, sus formas de ver y vivir en el mundo actual. Se apostó a que sea una herramienta social que permita desarrollar la pluralidad de voces y respetar y dar espacio a la diversidad.

Por ende, como explicó Guillermo Rus, ex vicepresidente de ARSAT: “Fue una consecuencia lógica de un proyecto político que buscó la independencia económica, la soberanía política y la justicia social”¹¹⁵ entender la TDA como una forma de desmonopolizar los medios de comunicación con una propuesta atractiva.

Asimismo, es que en la introducción del Decreto 835/2011 se hace referencia a la importancia de llevar adelante el Árbol de Contenidos Universales Argentino (ACUA) y el Banco Audiovisuales de Contenidos Universales Argentino (BACUA), dando la responsabilidad al Consejo Asesor para que regule su administración:

“Que a su vez, es propicio la declaración de interés público tanto del BANCO AUDIOVISUAL DE CONTENIDOS UNIVERSALES ARGENTINO (BACUA) como una base de contenidos audiovisuales con el objeto de fomentar el diálogo y la integración cultural y social tanto a nivel local, nacional como de la región iberoamericana, como así también del ARBOL DE CONTENIDOS UNIVERSALES ARGENTINO (ACUA), como un espacio de multimedia audiovisual que posibilita la difusión de contenidos de alcance universal que dan cuenta del pluralismo, la inclusión social, la multiplicidad de voces y la participación ciudadana.

Que al ser el ARBOL DE CONTENIDOS UNIVERSALES ARGENTINO (ACUA) un espacio que fortalece la difusión de contenidos de alcance universal permitiendo el acceso democrático a la información y a la participación, sería propicio establecer las medidas necesarias a los fines de que dicho espacio alcance a toda la población de la REPÚBLICA ARGENTINA, asegurando con ello el derecho inalienable de expresar, recibir y difundir información, ideas y opiniones”¹¹⁶.

115 RUS, Guillermo Jorge. Vicepresidente de ARSAT (2013-16). Entrevista realizada el 22 de febrero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

116 Decreto 835/2010. *Servicios de Comunicación Audiovisual*. Boletín Oficial de la República Argentina. 21 de junio de 2011

De este modo, con la idea de profundizar los conceptos de pluralidad, inclusión y diversidad, el Estado Nacional crea las señales ACUA Federal y ACUA Mayor. La primera bajo el lema “Argentinos cuentan Argentina”, tiene la intención de mostrar contenido de toda la extensión del país y su riqueza natural y cultural, haciendo hincapié en una mirada local de los hechos. La segunda señal, en cambio, es la primera de Latinoamérica en dedicar una grilla completa desde los adultos mayores.

Las nuevas señales: Acua Federal – Acua Mayor

Desde la página oficial de TDA se hace hincapié en el rol que tiene Acua Federal como canal de la nueva televisión: “La señal despliega contenidos producidos en todas las provincias. Pequeños y grandes productores tienen lugar en nuestra pantalla. La grilla incluye formatos de entretenimiento, música, cultura, ficción y espacios de experimentación e hibridación de géneros”¹¹⁷.

Del mismo modo, Nicolas Schonfeld, ex Coordinador general de Acua Mayor, explica la relación directa entre la TDA y la creación de las señales ACUA, específicamente sobre el canal pensado para adultos mayores: “El primer beneficiario de la TDA fueron los jubilados de primera y segunda categoría de abajo para arriba, es decir, de los más bajos ingresos, y quienes contaban con planes sociales. Si los jubilados figuran dentro de los primeros beneficiarios, tenemos que hacer contenido para ellos, a partir de ese concepto tan simple nace Acua Mayor”¹¹⁸.

Entonces, la TDA, a través de esta señal, comenzó a pensar una televisión para la tercera edad y encontró la manera de hacer una grilla televisiva que haga sentir activos a los adultos mayores. Decidió incluirlos, permitió que sintieran que tenían algo para aportar (anécdotas, sabidurías, dudas) al nuevo modo de ver televisión.

De este modo, la inclusión social que se plantea con el proyecto de TDA también tiene que ver con darle lugar en la pantalla chica a los

117 *Acua Federal, Argentinos cuentan Argentina*, (s.f.). Recuperado el 25 de febrero de 2016 de <http://www.tda.gov.ar/tda/141/11163/acua-federal.html>

118 SCHONFELD, Nicolás. Coordinador General de Acua Mayor (hasta abril 2016). Entrevista realizada el 21 de enero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

sectores que fueron relegados históricamente, como el caso de los adultos mayores, cuya imagen y estereotipo que se reflejó en los medios de comunicación a lo largo de la historia, fue el de personas inmóviles con pocas ganas de vivir. No obstante, Nicolás Schonfeld explica que Acua Mayor se apartó de las noticias negativas y el “rincón del jubilado” que tienen algunos noticieros para la tercera edad, y en consecuencia, decidieron: “Brindar un servicio para empoderar al viejo, pero también para decirle al hijo del viejo y al nieto del viejo, o al amigo, porque no todos los viejos son abuelos, que ese adulto mayor tiene un lugar mucho más importante en la sociedad que el lugar donde lo están estereotipando”¹¹⁹.

Por consiguiente, no se trató solo de crear una nueva señal, sino que para lograrlo hubo un gran trabajo por parte de los equipos de Acua Mayor y su vinculación con la Gerencia de la TDA en ARSAT. A su vez, decidieron involucrarse en la temática y consultaron a quienes se especializaron en esta rama: “Se produjeron encuentros con los movimientos gerontológicos del Estado Nacional, la Dirección Nacional de Adultos Mayores, que pertenece al Ministerio de Desarrollo Social, el PAMI, la ANSES, y también las cátedras de universidades nacionales que trabajan con adultos mayores”¹²⁰.

Aquí se ve la forma que tienen de desempeñarse tanto quienes están a cargo de ARSAT, como quienes forman parte del proyecto de la TDA. Asumen la tarea de trabajar en equipo con diferentes áreas especializadas de las distintas temáticas que deciden involucrar en sus proyectos.

BACUA

Análogamente, desde el año 2010 el ex gobierno kirchnerista impulsó y fomentó la creación y distribución de nuevos materiales audiovisuales provenientes de diferentes puntos del país. De esta manera nace el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentinos (BACUA) con el objetivo de democratizar, federalizar y poner en diálogo las producciones realizadas en todo el territorio nacional.

119 SCHONFELD, Nicolás. Coordinador General de Acua Mayor. Entrevista realizada el 21 de enero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

120 SCHONFELD, Nicolás. Coordinador General de Acua Mayor. Entrevista realizada el 21 de enero de 2016 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En este sentido, productoras independientes radicadas en diferentes regiones, instituciones gubernamentales, universidades públicas y privadas, agrupaciones y movimientos sociales, centros culturales, entre otros sectores de la sociedad, que se dedican a realizar producciones propias y de interés público, cuentan con la posibilidad de ceder sus contenidos de manera gratuita al BACUA, para pertenecer a su plataforma de materiales audiovisuales y de esta manera se distribuyan en los canales de televisión de todas las provincias.

Asimismo, por pedido del ex gobierno nacional, desde el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y el Ministerio de Planificación, se diseñaron concursos en distintos puntos de Argentina para productoras independientes. Con la intención de fortalecer la industria audiovisual, no sólo se incentivó a la producción de materiales de calidad para competir, sino que al mismo tiempo se invirtió en equipamiento y capacitaciones para los interesados. Por esta política de Estado, el BACUA acumuló gran cantidad de horas de contenidos audiovisuales inéditos.

Las creaciones audiovisuales que forman parte de dicha plataforma son de carácter abierto, es decir que están disponibles en internet y pueden ser adoptados por canales públicos, privados, cooperativos y universitarios. En resumen, el objetivo del BACUA es que estos contenidos sean vistos a lo largo y ancho del país, convirtiéndose en el banco audiovisual más grande de Argentina, el cual aporta a la preservación de estas producciones.

Este modo de trabajo es significativamente revolucionario en cuanto a que, a diferencia de la televisión comercial, no hay una disputa sobre quién transmite determinado material, en qué horario, etcétera. No hay una competencia entre los canales, así como tampoco ninguno es propietario de estos contenidos, son públicos, de acceso gratuito, buscando generar una red de relación y cooperación entre las señales.

Polos Audiovisuales Tecnológicos

Con la misma intención de promover la igualdad de oportunidades, se crearon los polos audiovisuales y sus correspondientes nodos, quienes tienen la responsabilidad de capacitar y proveer recursos para que las regiones que históricamente fueron relegadas a consumir producciones realizadas en Capital Federal, tengan la oportuni-

dad de crear y dar a conocer sus propios relatos.

De esta manera, se divide todo el territorio nacional en nueve regiones o polos, constituyendo un sistema federal en red donde las Universidades Nacionales nuclean a diferentes actores del sector audiovisual televisivo de cada comunidad.

Estos Nodos Audiovisuales que tienen el objetivo de llevar adelante la creación de producciones locales, están conformados por organizaciones sociales con intenciones en el sector, pequeñas productoras independientes, cooperativas, PyMEs, organismos públicos locales, etc.

De acuerdo con lo expresado, las Universidades Nacionales cabeceras de los diferentes Polos tienen como fin encargarse de convocar a la región en la cual se sitúan para que la gente se acerque a realizar producciones televisivas, capacitarse y utilizar el equipamiento brindado en cada región.

Los nueve Polos Audiovisuales Tecnológicos que se encuentran en el país divididos estratégicamente son:

- **POLO CENTRO:** conformado por las provincias de Córdoba, San Luis y La Pampa, tiene cabecera en la Universidad Nacional de Villa María.
- **POLO CUYO:** integrado por San Juan, Mendoza y La Rioja, con cabecera en la Universidad Nacional de Cuyo.
- **POLO LITORAL:** Se sitúan las provincias de Entre Ríos y Santa Fe, con cabecera en la Universidad Nacional de Entre Ríos.
- **POLO METROPOLITANO:** Constituido por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Conurbano Bonaerense, con cabecera en la Universidad Nacional de las Artes (ex IUNA) y en la Universidad Nacional de Tres de Febrero.
- **POLO NEA:** Con las provincias de Misiones, Formosa, Chaco y Corrientes, con cabecera en la Universidad Nacional de Misiones.
- **POLO NOA:** Forman parte las provincias de Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero y Catamarca, con cabecera en las Universidades Nacionales de Jujuy y Tucumán.
- **POLO PATAGONIA NORTE:** Compuesto por las provincias de Neuquén y Río Negro, con cabeceras en las Universidades Nacionales de Río Negro y Comahue.

- **POLO PATAGONIA SUR:** Se encuentran las provincias de Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, con cabecera en las Universidades Nacionales Patagonia Austral y San Juan Bosco.

- **POLO PROV. DE BUENOS AIRES:** Conformado por las localidades de la provincia de Buenos Aires, con cabecera en la Universidad Nacional del Centro.

Del mismo modo, las Universidades Nacionales trabajan de manera conjunta con parte de la población interesada en realizar producciones audiovisuales, con el objetivo de crear nuevos formatos y contenidos que tengan que ver con las localidades de las cuales forman parte, y así mostrar y dar a conocer nuevas historias, relatos y las formas de ver y pensar que existen en los diferentes puntos del interior y centro del país.

Esto también es inclusión social, no solo desde la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner se pensó en llegar con la recepción de la plataforma a cada rincón con la Televisión Digital Abierta, sino que también se tuvo en cuenta poder producir una nueva televisión o como afirmó Omar Rincón, muchas televisiones, que acerquen a todos los argentinos y tengan la intención de educar y dar a conocer las historias y culturas de todo el territorio nacional.

Televisión Digital Abierta: ARSAT dialoga con la sociedad

Frente al análisis realizado por la Gerencia de la TDA en ARSAT, el cual visibilizó que el servicio todavía era utilizado por una porción pequeña de la sociedad, a pesar de las diferentes gestiones que se habían desarrollado, como entrega de equipos a las comunidades más desfavorecidas y la difusión de la nueva televisión en todos los sectores sociales del país, se decidió realizar distintas líneas de acción para llegar a los ciudadanos.

De este modo, las tareas desarrolladas durante 2014-2015 desde ARSAT no sólo estuvieron dirigidas a la entrega de equipos receptores, sino que se entendió que, si el Estado debe asegurarse llegar a todos, es importante informar, dar a conocer el servicio, acercarse a los ve-

cinos con la propuesta, quitar interrogantes que surjan, generar canales de consultas.

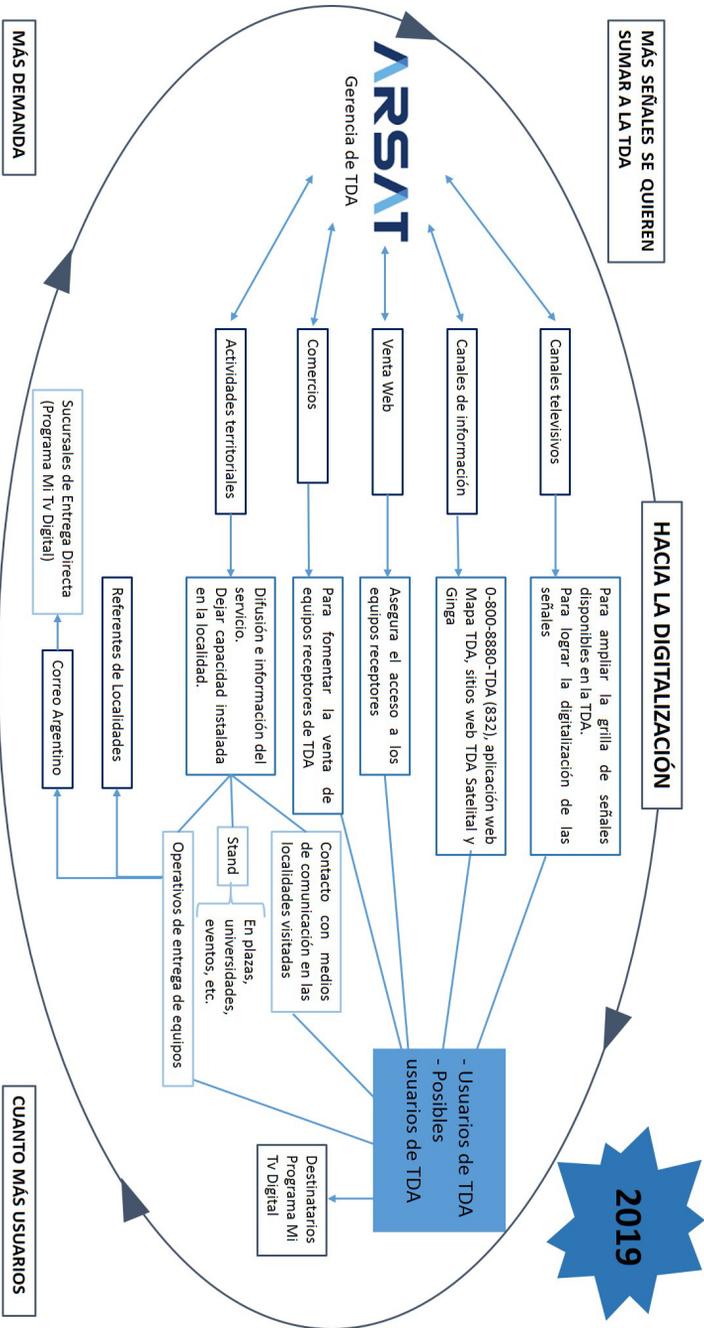
Se buscó dejar en claro que la política pública de la TDA no nació para pensar que la inclusión es solo generar una televisión para unos pocos, para los pobres, que eso, por el contrario, es exclusión, sino que el Estado consideró necesario asegurar que el servicio de televisión abierta sea de calidad y esté a disposición de toda la población, entendiendo que se tenía que acceder al servicio en igualdad de condiciones.

De esta forma, se puso este plan de acción en marcha, cuyo objetivo era el de llegar a todos, ya no sólo para reducir la brecha digital en Argentina, sino que también buscando generar disputas culturales en el resto de los sectores sociales que para disfrutar del servicio debían comprar el equipo correspondiente.

Es por eso, que el equipo de la empresa llevó a cabo distintas líneas de trabajo como: recorrer las distintas localidades informando y explicando a los vecinos sobre el servicio, difundir la TDA en los medios de comunicación, coordinar con las señales, con los vendedores de equipos receptores, escuelas y universidades, entre otros actores, en busca de una labor mancomunada.

Con el mismo propósito, se puso énfasis en mejorar el servicio que se brindaba desde la línea telefónica 0800-8880-TDA (832) para ofrecerle a la población un canal donde pueda evacuar dudas y reclamos, y se desarrollaron distintos materiales explicativos.

De esta forma, se intentó lograr que cada interesado tenga toda la información necesaria, se buscó dejar capacidad, conocimiento, en las localidades. Es así que podemos reconocer que quienes llevaron adelante este proyecto empezaron a pensar la TDA en calidad, en acceso, en un servicio que debe estar a disposición de toda la población que quiera informarse, entretenerse, educarse, visibilizar historias con la nueva televisión de todos y todas.



Así, la TDA se entiende como una política inclusiva, ya que su servicio no distingue clases sociales, regiones, culturas, pero sí entiende que no todos están en igualdad de condiciones para contar con el mismo, por ende, para fomentar el acceso y uso de las tecnologías, el Estado debe seguir trabajando para incluir a esta población que desde la llegada de la televisión a Argentina fue excluida por los distintos gobiernos de turno.

Asegurando la igualdad de condiciones, no sólo en términos económicos, sino también territoriales, así como de posesión de información sobre el servicio, es que se logra una televisión utilizada y producida por todos, no una tv comercial para las clases más pudientes, ni una tv de mala calidad para pobres, sino una televisión donde las distintas identidades confluyan y construyan un ser nacional.

SAT 3.1
PARTE 3
CONCLUSIONES
—
CIRCULACIÓN
LA TDA



Como Comunicadores Sociales, nos pareció fundamental estudiar desde este campo el lugar que vino a ocupar la Televisión Digital Abierta en Argentina y sus consecuencias en el achicamiento de la brecha tecnológica, entender el satélite ARSAT-1, ya que es la herramienta técnica imprescindible para el proyecto, e indagar el rol que tuvo la empresa ARSAT en su creación.

De este modo, la puesta en órbita del primer satélite geoestacionario argentino permitió ofrecer mayor conectividad a todo el territorio nacional, posibilitando a través de la transmisión de señales el despliegue de la TDA en Argentina.

Explicar la Televisión Digital Abierta como un simple cambio tecnológico despolitizado es el grave error al que suele incurrirse frente a estos avances, dejar que lleguen y actúen. También es erróneo proyectar sobre esta un cúmulo de expectativas imposibles de cumplir. Un poco de cada extremo son prácticas a las que se ha caído, pero que también se supieron reconocer y entender, en un proceso aún caminando, con un contexto complejo al momento de abordar nuestro Trabajo Integral Final.

Como proyecto que se puede ubicar en etapa de inserción, en cuanto a servicio de televisión, unas primeras conclusiones pueden aportar a clarificar un objeto de estudio dinámico y en continua mutación.

Con incipientes efectos desde los números de audiencia, la TDA suma elementos a las discusiones sobre este medio/mediación. Se debe reconocer que hay nuevos receptores, que (aún) son pocos, en relación al resto de los servicios en el mercado, pero que consumen/construyen una televisión federal e inclusiva.

¿Qué sectores económicos hacen uso? ¿Sólo los beneficiarios del Plan Mi Tv Digital? ¿O el público preponderante es aquel que puede acceder a un servicio pago? ¿Y si en esos receptores hay cuestiones de

simbología, identidad, fidelidad y convicción? ¿O el eje son los condicionantes económicos? Son preguntas para debatir el camino hacia una inserción mayor de la TDA.

La presencia del Estado y las políticas públicas desarrolladas permite que hablemos de inclusión social, de la posibilidad de que nuevos sectores de la sociedad, relegados hasta la llegada del kirchnerismo al gobierno, tengan la posibilidad de contar con esta prestación, y en el caso de aquellos que veían en mala calidad, cambiar esa imagen gris o de lluvia por una pantalla con nitidez, acortar la brecha digital, la injusta diferencia sobre acceso y uso a las tecnologías de información y comunicación.

Sin embargo, como política pública, la TDA no sólo entendió la inclusión en términos económicos, sino que realmente puso en práctica eso de llegar a todas y todos. En ese sentido, razonó este concepto desde distintas variantes, como herramienta posibilitadora de acortar la brecha digital existente en la población. Supo visualizar los sectores cuyo derecho estaba siendo vulnerado para aplicar distintas estrategias.

Entonces, se concentró en grupos que, por su situación económica estaban obligados a quedar afuera del cambio tecnológico, pero también se ocupó de aquellas personas que por alguna discapacidad no podían disfrutar de la televisión, y por ello desarrolló un programa de entrega de equipos con una tecnología determinada para este sector, entendiendo que caso contrario, quedarían excluidos.

Tanto en las comunidades que recibieron la televisión, como en aquellos lugares que contaban con otros servicios, adoptar el contenido de la TDA tuvo consecuencias en materia de comunicación. Permitió la llegada de nuevos discursos, los cuales generan hábitos y costumbres diferentes a los habituales en cada región.

En el caso de quienes contaron con el servicio por primera vez, vieron cómo el mundo de lo público se instaló en su mundo privado, conocieron escenarios omitidos hasta el momento. Esto repercute en la circulación de sentidos y significaciones que les permite pensarse y repensarse como personas, como sociedad alejada de las grandes urbes, como ciudadanos argentinos que ahora disfrutan de una mayor comunicación con el resto de sus compatriotas. Se debe tener en cuenta que a ellos la televisión les llegó 50 años más tarde que su inauguración en 1951, con la recordada transmisión del discurso de Eva Duarte de Perón.

Hasta la implementación de esta televisión, no tenían información de lo que pasaba del otro lado del mundo, por lo menos a partir de las imágenes audiovisuales, ni lo que ocurría en sus localidades vecinas. Con la TDA conocen otros territorios del país, visibilizan los grandes medios de comunicación, los niños aprenden nuevas historias con los personajes de los dibujos animados del canal Paka Paka, ven partidos de fútbol sin tener que estar presente en la cancha, las caras de los actores y actrices más importante, pueden reconstruir sus opiniones.

Por ello, es que es de gran importancia la llegada de la televisión a estas comunidades, ya que lo que se debate hoy en la sociedad es fundamental para pensar el país, teniendo en cuenta el contexto socio-político en el que se desarrolla cada intercambio. El acceso a la herramienta televisiva es necesario en todos lados, en una coyuntura donde se habla de abrumantes elementos tecnológicos de información y comunicación, para incorporar nuevos discursos que se suman para mediar la construcción de miradas, tanto en aquellas sociedades que eran ajenas a todo lo que ocurría en la llamada pantalla chica, como en quienes estaban acostumbrados solo a consumir los grandes medios de información.

Sin embargo, la baja población que disfruta del servicio sigue siendo un dato que preocupa para quienes consideran que se puede pensar otras formas de recibir y hacer televisión, que no hay que naturalizar el pago de un servicio, que además abusa de su poderío, no sólo a través de la no inversión en calidad, sino también con el aumento continuo del precio, ya a niveles abusivos. Este dato no es menor, teniendo en cuenta que se trata de un proyecto que habla de llegar a todas y todos.

En este sentido, en el período 2014-2015, vemos cómo ARSAT, desde su Gerencia de la TDA, efectuó nuevas líneas de acción para que la política pública de la Televisión Digital Abierta sea apropiada por los ciudadanos, ya que desde el espacio se entendió que detrás de dicho plan se reconocía un derecho fundamental, como es el de la comunicación.

No obstante, el contenido de la TDA trae consigo nuevas construcciones para los ciudadanos, quienes reconocen a partir de ella otros puntos de vista. Observan qué sucede en diferentes territorios, más allá de lo que ocurre en Capital Federal. Entienden que hay noticias en cada pueblo del interior del país, que existen historias en todo el

territorio nacional, y que el lugar en el que vive cada televidente también cuenta con material para poder producir programas de interés.

La producción de contenidos que propone esta nueva televisión, desde la cual se lleva adelante una batalla cultural que tiene como objetivo democratizar la palabra, dio lugar a que se comience a involucrar en las grillas de programación a sectores sociales relegados históricamente. Rompió con lo instituido y ayudó a que otros relatos puedan participar de la trama compleja de la comunicación. Esto tiene como consecuencia un escenario propicio para que se desarrollen cambios de actuar en las distintas comunidades. Poder conocer nuevas formas de ser, sentir, amar, vivir, ver el mundo que los rodea.

Por lo anterior analizado, el desarrollo tecnológico satelital del cual se expone apareja cambios socio-culturales, nuevas formas de relacionarse y comunicarse, pero también estos se explican desde su contexto de origen, donde las condiciones sociales, políticas y económicas son directamente influyentes. Algo de gran importancia, ya que la televisión tiene un rol relevante en la sociedad, siendo desde hace tiempo el medio de comunicación más elegido a nivel mundial, que permite con su gran masividad y alcance, poder llevar adelante disputas culturales.

La TDA propone una televisión que abra el juego a todas las voces, una propuesta real, no una falacia al estilo de manual de marketing que repiten varios programas que entienden a la comunicación como un negocio.

Reconocer que es posible la construcción de una televisión no comercial, en donde se abre el juego de la producción a los ciudadanos, implica debatir sobre estos nuevos productos, hacer balances desde otras lógicas, ya no sirve entenderlo en términos de rating y competencia, porque la TDA genera otros vínculos, lazos solidarios, redes de construcción, referenciar las producciones sin importar desde qué señal, que son canales, herramientas para llegar al receptor.

En lo que respecta a ellos, la dependencia de estos sectores chicos y nuevos al financiamiento por parte del Estado los vuelve dependientes a la decisión de los gobiernos de turno a destinar fondos y esfuerzos. Por ende, no es menor el hecho de que, en esta situación, en un contexto de apagón analógico, terminarían siendo sectores excluidos si el Estado se olvida de ellos.

La llegada de la TDA a diferentes puntos del país viene acompañada

de interrogantes. El contenido permite que los ciudadanos se hagan preguntas, que rompan con los estereotipos impulsados desde los grandes medios hegemónicos, que haya un mayor federalismo en el que prima el intercambio de identidades y un nuevo escenario cultural.

Se pone en crisis la mirada europea, blanca, clase media-alta, para dar lugar a nuestras raíces, para mostrar quiénes somos, de dónde venimos, qué orígenes tenemos y cómo está conformada la diversidad cultural de Argentina. Y lo más importante es que cada lugar tiene la oportunidad de dar a conocer sus historias desde sus relatos y no sólo a partir de narraciones realizadas en el centro del país, construir una identidad nacional donde convivamos todas y todos.

Entendemos que, como investigadores no podemos aislarnos de la coyuntura social en la que vivimos. En el inicio de este trabajo, Cristina Fernández de Kirchner (Frente para la Victoria) era la Presidenta de la Nación, durante nuestro transcurso, no sólo se lanzó el satélite ARSAT-2, sino que también se aprobó en el Congreso la Ley de Desarrollo de la Industria Satelital. No obstante, el 10 de diciembre de 2015 asumió la presidencia del país Mauricio Macri, principal líder de la Alianza Cambiemos (conformada por los siguientes partidos: Pro-Propuesta Republicana- UCR -Unión Cívica Radical- y CC -Coalición Cívica).

Es por eso que, en el nuevo escenario político, en el que se anuncia el retraso del desarrollo del tercer satélite, como del despliegue de la Televisión Digital, muestra signos que generan preocupación sobre el futuro de este servicio.

Con respecto al trabajo realizado por la empresa, anunciaron en referencia al ARSAT-3 la demora del mismo, aduciendo la falta de presupuesto. Sin embargo, la anterior gestión aseguró que existían ofertas de financiamiento de bancos extranjeros para poder llevar adelante el flujo de negocios del trabajo y, si bien había que optimizar las tasas, este no es un motivo válido teniendo en cuenta que el actual es un gobierno que definió como primera política permitir el endeudamiento por 12.500 millones de dólares.

En este sentido, no sólo las nuevas autoridades de ARSAT que eligió la Alianza Cambiemos, desconocen los lineamientos de la Ley de Desarrollo de la Industria Satelital, sino que también avanzaron en

la decisión de despedir a trabajadores que se encontraban en planta permanente. Algunos de ellos referentes del proyecto de la TDA.

De mismo modo, en el poco tiempo del gobierno de Mauricio Macri se tomaron diferentes medidas de comunicaciones que beneficiaron a los grandes medios económicos del país, en consecuencia, primero por Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) y luego por el voto del Congreso, junto a sus partidos afines, modificaron la democrática Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, con el pretexto de que era ideológica.

Con un nuevo partido político al gobierno, el cual todavía no termina de formalizar sus intenciones para con el proyecto, avanzar y profundizar en la construcción de otra televisión no se ve por el momento que sea la opción, ¿será que dejará que la televisión abierta pase a ser un servicio marginal, y con ella su población?

SAT-1
INCULACION
LA TDA

BIBLIOGRAFÍA



A

ALFONSO, Alfredo, “Televisión Digital Abierta en Argentina en debate”. En: La televisión en la década kirchnerista. Democracia audiovisual y batalla cultural. Argentina. 2014.

B

BARBERO, Jesús Martín, De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Ediciones G. Gili S.A., México, 1991.

BECERRA, Martín, De la concentración a la convergencia. Políticas de Medios en Argentina y América Latina. Editorial Paidós. Argentina. 2014.

BIZBERGE, Ana; MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín, “La televisión terrestre digital en Argentina: entre la geopolítica regional y la iniciativa estatal”. En: Badillo Matos, Ángel y Sierra Caballero, Francisco, La transición de la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y perspectivas. CIESPAL. Ecuador. 2011.

D

DE CHARRAS, Diego, “Pluralismo y diversidad, dos ejes sustanciales de la agenda de regulación de los medios audiovisuales”. En: Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual. Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Argentina, 2011.

DREWES, Lorena, El sector espacial argentino: instituciones referentes, proveedores y desafíos. ARSAT, Argentina, 2014.

G

GALASSO, Norberto, Kirchnerismo (2003-2015) El proyecto que transformó la Argentina. Ediciones Colihue, Argentina, 2015.

GUBER, Rosana, La etnografía. Método, campo y reflexividad. Grupo

Editorial Norma, Colombia, 2001.

K

KRIPPENDORFF, Klaus, Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Paidós, España, 1990.

M

MARIOTTO, Gabriel, “Prólogo”. En: Ley 26. 522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual. Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Argentina, 2011.

N

NEMIROVSCI, Osvaldo, “El futuro digital en Argentina: La TV que se viene”. En: Instituto de Estudios sobre Comunicación, Pensar la televisión pública. ¿Qué modelos para América Latina? Edición La Crujía. Argentina. 2013.

P

PAULONI, Silvina Mariel, Tv digital. Un diálogo entre disciplinas y multipantallas. Ediciones EPC de Periodismo y Comunicación, Argentina, 2013.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis y GAITÁN MOYA, Juan Antonio, Metodología General. Conocimiento Científico e Investigación en la comunicación social. Síntesis S.A. España, 1995.

R

RINCÓN, Omar, Narrativas mediáticas, O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Gedisa Editorial, España, 2006.

S

SERRANO, Arturo y MARTINEZ MARTINEZ, Evelio, La brecha digital: mitos y realidades. Departamento Editorial Universitaria, México, 2003.

V

VALLES, Miguel, Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional. Síntesis S.A. España, 1999.

VARELA, Mirta y GRIMSON, Alejandro, Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión. Eudeba. Argentina. 1999.

W

WOLTON, Dominique, *Internet, ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Gedisa Editorial, España, 1999.

NORMATIVAS

Ley 22.285. Radiodifusión.

Ley 26.522. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Ley 27.208. Ley de Desarrollo de la Industria Satelital. Anexo: Plan Satelital Geoestacionario 2015-2035.

Ley 26.092. Empresa Argentina de Soluciones Satelitales.

Ley 27.078. Argentina Digital.

Resolución 217 A (III). Declaración Universal de Derechos Humanos.

Resolución 7/2013, Secretaría de Comunicaciones, Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.

Resolución 188/2004, Secretaría de Comunicaciones, Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.

Decreto 1148/2009 “Créase el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre”.

Decreto 1552/2010 Plan Nacional de Telecomunicaciones “Argentina Conectada”.

Decreto 835/2010. Servicios de Comunicación Audiovisual.

Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión, Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

REVISTAS

- *Comunicación y Cultura*, N° 12 (agosto 1984): Schmucler, Héctor, “Un proyecto de comunicación/cultura”.

- *Diálogos de la comunicación*, N° 17 (mayo 1987): Barbero, Jesús

Martín, “La telenovela en Colombia. Televisión, melodrama y vida cotidiana”.

- Diálogos de la comunicación. N° 59-60 (octubre 2000): Reguillo, Rossana, “Identidades culturales y espacio público. Un mapa de los silencios”.

- Estado y Políticas Públicas, N° 1 (2013): García Delgado, Daniel y Ruiz, Cristina, “El nuevo paradigma. Algunas reflexiones sobre el cambio epocal”.

- FIBRA Tecnología de la comunicación, N° 4 (marzo - abril 2015): Becerra, Martín, “Cultura y comunicación: la revolución digital con final abierto”.

- Question, N° 18 (2008): Recalde, Artiz, “Análisis de la Ley del Servicio de Radiodifusión 14.241 del año 1953”.

- Trampas de la Comunicación y la Cultura, N° 77 (noviembre 2013): Pauloni, Silvina y Codoni, Florencia, “Televisión, Historia y Política”.

- Awasqa, N° 1 (2014): Codoni, María Florencia; González, Leonardo y Pauloni, Silvina, “De la TV analógica a la TV Digital argentina: una mirada sobre los procesos históricos y políticas que la atravesaron”.

DOCUMENTOS DEL PODER EJECUTIVO DE LA NACIÓN

Argentina, Presidencia de la Nación, Ministerio de Planificación, Secretaría de Comunicaciones Lanzamiento del Arsat-1, 16 de octubre de 2014. Resumen de políticas de telecomunicaciones. 2014

Argentina, Ministerio de Cultura Presidencia de la Nación, Dirección Nacional de Industrias Culturales. Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital, 2013.

DISCURSOS

FERNANDEZ DE KIRCHNER, Cristina, Acto de presentación de obras del Hospital Posadas, 25 de noviembre 2015.

FERNANDEZ DE KIRCHNER, Cristina, Lanzamiento del satélite argentino ARSAT-1: Palabras de la Presidenta de la Nación, 16 de octubre de 2014.

KIRCHNER, Néstor. “Discurso del señor Presidente de la Nación,

Doctor Néstor Kirchner, ante la Honorable Asamblea Legislativa”, 25 de mayo de 2003.

CONFERENCIAS

BARBERO, Jesús Martín, Comunicación y Universidad. Conferencia. Uruguay, 2003.

