



# Entorno regulatorio y políticas públicas para la sostenibilidad de los medios comunitarios en Argentina



ALEJANDRO LINARES, AGOSTO 2022

APOYA:



**Es una publicación  
de OBSERVACOM**  
Observatorio Latinoamericano  
de Regulación, Medios  
y Convergencia

Gral. César Díaz 1239/101  
Montevideo, Uruguay  
[www.observacom.org](http://www.observacom.org)

Con el apoyo del  
Programa Internacional para  
el Desarrollo de las Comunicaciones  
(PIDC) de UNESCO

Diseño: Valentina Galacio



Sobre licencia CC: [https://eva.udelar.edu.uy/pluginfile.php/424842/mod\\_resource/content/1/licencias\\_creative\\_commons.html](https://eva.udelar.edu.uy/pluginfile.php/424842/mod_resource/content/1/licencias_creative_commons.html)



# ALEJANDRO LINARES

Doctor en Ciencias Sociales, Magíster en Comunicación y Cultura, y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Actualmente es docente adjunto en la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Formosa e investigador asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). También es investigador asociado e integrante del Comité Académico del Instituto de Investigaciones sobre Lenguaje, Sociedad y Territorio (INILSyT) de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Formosa. •

# INTRODUCCIÓN

**E**l presente informe aborda la sostenibilidad de los medios comunitarios en Argentina a partir de tres ejes de análisis: la situación y organización del sector, su marco normativo y de financiamiento. Este estudio forma parte de un proyecto del Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (OBSERVA-COM), que se desarrolla en el marco del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) de la UNESCO con el objetivo de contribuir a la mejora de los entornos normativos y las políticas públicas hacia el sector para garantizar el pluralismo de los medios de comunicación y el derecho a la libertad de expresión en América Latina. •

# 1. SOSTENIBILIDAD ORGANIZATIVA

## 1.1 BREVE CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DE MEDIOS COMUNITARIOS

Las radios comunitarias de Argentina surgieron en la década del 80, luego de la recuperación de la democracia en 1983. Inicialmente se trataba de emisiones ilegales que ofrecieron canales de expresión genuinos a diversos sectores sociales que buscaban espacios en la llamada “primavera democrática”. Desde aquellos inicios hasta la actualidad, el sector se ha desarrollado fundamentalmente con radios en Frecuencia Modulada (FM), que agregaron el *streaming* con el avance de internet en el país.

Se trata de un sector con experiencias en todas las regiones argentinas, aunque en las zonas del centro del país, en la Ciudad de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires se constata mayor actividad. Se radican allí la mitad de las emisoras comunitarias del país.

En las últimas dos décadas también han surgido emisoras gestionadas por comunidades indígenas con el impulso de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) de 2009 y sus políticas de asistencia y fomento. Luego de un periodo de efervescencia generado por el debate público y sanción de esa norma, que se tradujo en el nacimiento de nuevos proyectos y el fortalecimiento o reconocimiento legal de antiguas radios, el sector atraviesa en la actualidad un periodo de estabilización en el que la búsqueda de modelos

---

1 Estas impresiones sintetizan el mapeo realizado por Segura, Linares, Longo y otros/as (2021)

de sostenimiento económico aparece como el principal desafío. Una investigación que recupera distintas fuentes señala que hasta octubre de 2018 había 209 medios comunitarios operativos en Argentina. Entre estos había 8 televisoras y 201 radios. Además, 32% (67) fueron creadas hasta 2008 y 67% (140) nacieron desde 2009, año de sanción de la ley audiovisual. Según el mismo relevamiento, 29% de estas experiencias residen en la región Metropolitana y otro 23% lo hace en la región Centro del país. Luego, 17% de las emisoras operativas funciona en región Patagonia y otro 17% lo hace en el Noroeste. Finalmente, en la región Cuyo (extremo centro-oeste del país) tienen lugar 8% de las estaciones y la zona de menor incidencia es el Noreste, con 3% de los casos<sup>2</sup>. Por otra parte, se estima que 30 organizaciones indígenas mantenían emisiones en 2020 y que 38 habían transmitido alguna vez<sup>3</sup>.

Al mismo tiempo, una encuesta finalizada en febrero de 2019 relevó 289 medios operativos que pertenecen al sector de medios comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios<sup>4</sup>. De estos, 89% corresponde a radios y el 10% a televisoras. La distribución geográfica también muestra a la provincia de Buenos Aires, la Ciudad de Buenos Aires y la región Centro del país como el espacio con más emisoras, seguidas por la región Noroeste y la Patagonia (con 14% y 11% de los casos respectivamente). Las regiones de Cuyo y el Noreste contienen 8% de las experiencias cada una, según esta encuesta.

## 1.2

### ARTICULACIÓN CON SUS COMUNIDADES

Desde sus inicios, las emisoras comunitarias argentinas componen un sector heterogéneo, cuyas experiencias tienen vinculaciones u orígenes en diversos agrupamientos sociales: organizaciones sociales, sindicatos, universidades, grupos campesinos, bibliotecas populares y empresas recuperadas. En efecto, 94% de los medios comunitarios, populares, alternativos, cooperativos e indígenas considera que su actividad no

- 2 Estos datos surgen de la investigación de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021).
- 3 Los datos surgen del trabajo de Linares y Altieri (2021) y fueron aportados por la Dirección de Capacitación y Promoción de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, que desde 2012 brindó asistencia legal y capacitación a medios indígenas.
- 4 La encuesta realizada por la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP, 2019) relevó emisoras que cumplan al menos dos de estos cuatro criterios: autoperibirse medio comunitario, popular, alternativo, cooperativo, indígena o de pueblo originario; autoperibirse como proyecto sin fines de lucro; contar con una personería jurídica sin fines de lucro o de pueblo originario, o considerarse un colectivo que decidió no tener personería jurídica; pertenecer a una red de medios que nuclea al sector.

tiene fines de lucro y casi 80% forma parte de una organización más amplia dentro de la cual se gestaron<sup>5</sup>. Así, el 23% forma parte de organizaciones indígenas, 14% integra organizaciones campesino- indígenas, 11% pertenece a organizaciones culturales, 9,9% se inserta en una organización social y 6% en una organización religiosa, entre otras pertenencias.

Además, las localidades en las que realizan sus tareas también influyen en sus características pues permiten suponer dimensiones institucionales, audiencias y vínculos comunitarios distintos. Los estudios disponibles dan cuenta de un notable crecimiento del sector entre los años 2008 y 2016, periodo que coincide con los primeros cinco años de aplicación de la LSCA<sup>6</sup>. Las investigaciones coincidieron en señalar que la expansión fue federal a lo largo y ancho del territorio nacional. Casi 65% de estos medios se encuentra en localidades a una distancia mayor de 500 kilómetros de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y 40% se ubica a más de 1.000 kilómetros de distancia de la capital argentina<sup>7</sup>. Además, más de la mitad de las emisoras transmite en poblaciones con menos de 100.000 habitantes y 41% llega a poblaciones rurales. No obstante eso, 27% de los medios relevados se ubican en los grandes centros urbanos de más de 500.000 pobladores.

Las experiencias muestran dimensiones variables, según la cantidad de personas que participan. Así, en 27% de las emisoras hay entre 6 y 10 participantes, pero 20% de los proyectos convoca entre 26 y 50 personas, otro 19% de los espacios cuenta con 11 a 15 personas, 13% de ellos reúne entre 1 y 5 integrantes, y 11% de las estaciones reúne entre 16 y 20 participantes<sup>8</sup>. Según estos datos, la participación es creciente según la densidad poblacional del lugar: en las localidades de menos de 10 mil habitantes el promedio es de 13 participantes por colectivo de trabajo; donde viven entre 10 mil y 100 mil personas, las radios reciben un promedio de 16 integrantes; casi 26 comunicadores se reúnen en las experiencias con asiento en ciudades de 100 mil a 1 millón de habitantes, y en los centros urbanos más populosos las emisoras cuentan con 45 trabajadores en promedio. Por otro lado, entre los participantes de estos proyectos se registra una relativa equidad de género y una presencia predominante de jóvenes de entre 30 y 40 años<sup>9</sup>.

5 Datos que surgen de la encuesta de RICCAP (2019)

6 Este balance es compartido por el estudio de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021) y por el relevamiento de la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP, 2019).

7 Datos de la encuesta de RICCAP (2019).

8 Estas cifras surgen de la encuesta de RICCAP (2019).

9 Conclusión retomada del estudio de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021), que abordó diez casos de emisoras comunitarias de distintas regiones.

La encuesta citada señala que cada 5 personas que asisten regularmente a las emisoras sólo una percibe algún tipo de remuneración. Además, menos de la mitad de quienes gestionan estos proyectos comunicacionales recibe algún tipo de ingreso por las tareas desarrolladas. Por lo tanto, el voluntariado constituye un factor relevante en el sostenimiento de las experiencias comunitarias de la comunicación en Argentina. En muchos casos, esa participación se funda en un compromiso militante y/o en la identificación comunitaria. En efecto, la falta de rentas estables, las múltiples tareas que realizan los integrantes y la escasa participación y vocación dedicadas a las actividades de gestión constituyen un problema para la administración de estos proyectos<sup>10</sup>. No existen mediciones que permitan conocer las dimensiones de los públicos de estos medios. Además, se debe considerar que muchos de ellos se desempeñan en localidades pequeñas.

Una investigación reciente confirma algunas tendencias históricas: la información local, los enfoques informativos, la afinidad ideológica y el compromiso militante sostienen el vínculo entre las emisoras comunitarias y sus públicos. Esa relación no sólo se apoya en los contenidos mediáticos concretos sino también en actividades públicas, convocatorias, eventos y propuestas que se producen por fuera de lo estrictamente mediático. La búsqueda de masividad no está ausente como objetivo en muchas de estas experiencias, aunque no es una meta de todas<sup>11</sup>.

Si bien los medios comunitarios e indígenas no suelen realizar campañas publicitarias o de marketing para hacer conocidas sus marcas, muchos de ellos impulsan o acompañan campañas de sensibilización o difusión de información junto a otras organizaciones y eventualmente junto a algunas delegaciones del Estado. Un trabajo reciente recopiló distintas iniciativas y campañas realizadas por estas emisoras en el contexto de la pandemia del Covid 19. Allí se comprueba la diversidad de proyectos comunicacionales del sector y los diferentes modos de inserción social y territorial que ejercitan, con consecuencias sociales visibles en muchos casos<sup>12</sup>. Por lo tanto, no se trata de emisoras con un conocimiento masivo, pero su tarea es reconocida en las comunidades con las que comparte intereses o territorio, o en toda la ciudadanía cuando se desempeñan en localidades poco pobladas.

**10** Conclusión también extraída de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021).

**11** Estas reflexiones forman parte de la investigación de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021), que combinó la realización de grupos focales, encuestas y entrevistas para reconocer las características de los públicos de 10 emisoras comunitarias de distintos puntos del país.

**12** La recopilación de Lamas (2020) da cuenta de la heterogeneidad del sector y de la diversidad de prácticas que impulsan en realidades distintas, según su constitución o espacio geográfico de incidencia.



## 1.3 REDES Y ORGANIZACIONES

Existe un amplio abanico de redes y asociaciones que reúnen a los medios comunitarios e indígenas de Argentina. En el plano nacional, las que demuestran más años de vida e intervención pública son FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias), el capítulo argentino de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC Argentina) y la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA). Las dos primeras son representantes nacionales de redes internacionales: la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y AMARC América Latina y Caribe, respectivamente. Pero también hay agrupamientos regionales como la Red de Radios Rurales, el Colectivo de Medios Comunitarios de Cuyo (COMECUCO), la Red de Comunicadores Regionales de la provincia de Córdoba (RECORRE), la Red Entrerriana de Radios Comunitarias, Cooperativas y Colectivas (RERCO) y la Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy. A estos pueden sumarse otras representaciones como la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CONTA), la Red Colmena y la Asociación Argentina de Teledifusoras Pymes y Comunitarias (ATECO).

Estas asociaciones o las radios y televisoras en forma particular también se agrupan circunstancialmente o en forma estable con otros grupos que exceden al sector. El ejemplo más claro de eso es la Coalición para una Comunicación Democrática, que fue una articulación multisectorial que tuvo gran protagonismo en el debate por la LSCA. Del mismo modo, el reclamo por el cumplimiento de distintos puntos de esa norma desde fines de 2015 dio nacimiento al Espacio Interredes, como instrumento para demandar en forma conjunta y concertada la aplicación de políticas al Estado nacional. Allí confluyeron: FARCO, AMARC-Argentina, la RNMA, CONTA, la Red Colmena, la Asociación de Revistas Culturales e Independientes de Argentina (ARECIA) y la Red de Productoras Audiovisuales Comunitarias (Red PAC). La articulación más reciente es la Confederación de Medios Cooperativos y Comunitarios, donde participan FARCO, ARECIA, la Federación Asociativa de Diarios y Comunicadores Cooperativos de la República Argentina (FADIC-CRA), CONTA y la Red de Medios Digitales (RDM).

Si bien las distintas redes pueden realizar actividades en forma individual y mantienen independencia respecto a las otras, existen muchas emisoras que forman parte de más de un agrupamiento. Además, como se ha visto, las distintas redes pueden reunirse como un mismo espacio para petitionar ante el Estado.

Por otra parte, 45% de las emisoras afirmaron recibir acompañamiento de universidades nacionales, y en muchos de los casos

las estaciones también son un apoyo para los centros de estudio pues difunden actividades u ofrecen prácticas o instalaciones a los/las estudiantes<sup>13</sup>.

El sector académico demostró históricamente interés en el movimiento de emisoras comunitarias. De hecho, muchos alumnos y docentes universitarios las han impulsado o han pasado por ellas. Así, una de las investigaciones más relevantes que sirven de apoyo a este informe fue producida por la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP)<sup>14</sup>. Otro de los estudios fundamentales para este trabajo surgió de un Proyecto de Investigación Orientado, realizado por siete investigadores de distintas provincias y financiado por el Centro de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>15</sup>.

Además, dos compilaciones académicas recientes de artículos que abordan las políticas de comunicación del Gobierno nacional de Mauricio Macri (2015-2019), dedicaron capítulos específicos para la descripción de la situación de los medios comunitarios e indígenas<sup>16</sup>. Fundamentalmente desde 2009, con la sanción de la ley audiovisual, creció la vinculación del sector con distintos espacios del Estado nacional. La autoridad de aplicación del campo de las comunicaciones es la entidad con la que se vinculan las emisoras para la implementación del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA). Hasta 2015 fue la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y luego fue el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM).

Otra institución creada por la ley audiovisual, la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, tuvo mucha interacción con el sector para actividades de capacitación y asistencia legal. También el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI) se ha articulado con la Defensoría y ENACOM para realizar instancias de formación y asistencia para la participación de las emisoras indígenas en los concursos de FOMECA<sup>17</sup>. Además, el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), la Comisión Nacional de Biblio-

**13** Retomado de la encuesta de RICCAP (2021).

**14** Enlace para acceder a documentos de RICCAP: <https://riccap.com.ar/>

**15** Enlace para acceder a las producciones del proyecto de investigación *Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522. Condiciones, estrategias y desafíos: acá*

**16** Las compilaciones señaladas son: *Futuro por pasado. Regresión de derechos en las políticas de comunicación del gobierno de Mauricio Macri* (Loreti, de Charras, Lozano & Baladron, 2020) y *Restauración y cambio. Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019)* (Becerra & Mastrini, 2021).

**17** Esto ha sido reseñado por un estudio de Linares y Altieri (2021).

tecas Populares (CONABIP), el Fondo Nacional de las Artes (FNA) y los Ministerios de Cultura, Trabajo y Desarrollo Social han sido interlocutores -o todavía son- de estas emisoras para la participación en concursos, la realización de proyectos, el acceso a subsidios y la recepción de recursos para su funcionamiento.

Según un estudio sobre las políticas de comunicación vinculadas a los medios comunitarios, populares y alternativos, entre 2005 y 2015 tuvo lugar un periodo caracterizado por la legalización y el fomento en un marco de creciente cooperación. Y entre 2016 y 2019 se abrió una etapa signada por la sospecha, el retorno de prácticas de persecución u hostigamiento, aunque sin dar de baja las políticas de fomento vigentes ni perder interlocución<sup>18</sup>. •

---

18 Estas caracterizaciones fueron retomadas del estudio de Segura y Linares (2017).

## 2. SOSTENIBILIDAD NORMATIVA

### 2.1 MARCO LEGAL DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS

#### **Principales normas**

La radiodifusión sonora y la televisión con uso de espectro radioeléctrico (incluida la televisión satelital por suscripción) es regulada por la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), sancionada en octubre de 2009, con las modificaciones impuestas por el Decreto de Necesidad y Urgencia 267, firmado en diciembre de 2015. Desde esa fecha, la actividad de la televisión paga por vínculo físico (TV por cable) es regulada por la Ley 27.078 Argentina Digital. El funcionamiento de los medios comunitarios e indígenas es regulado por la LSCA.

#### **Reconocimiento legal de los medios comunitarios e indígenas**

Mientras los medios de comunidades de pueblos originarios no fueron abordados por ninguna legislación hasta la sanción de la LSCA en 2009, la actividad de los medios sin fines de lucro fue reconocida legalmente por primera vez en 2005 luego de una reforma (ley 26.053) al artículo 45 de la antigua Ley de Radiodifusión 22.285, decretada en septiembre de 1980, durante la última dictadura cívico-militar. Antes de eso, en 2003, dos sentencias de la Corte Suprema de Justicia de la Nación declararon inconstitucional al citado artículo 45 que prohibía que prestadores sin fines de

lucro ofrecieran servicios de radiodifusión. Pese al reconocimiento legal de 2005, fueron escasos los avances en materia de legalización y fomento. Además, la norma mantenía la prohibición de crear sus medios a las cooperativas de servicios públicos.

Fue en octubre de 2009, con la ley 26.522, cuando se abordó integralmente, en forma directa y diferenciada, a ambos sectores con su reconocimiento legal, reservas de espectro radioeléctrico, políticas de fomento y espacios institucionales de participación. La LSCA reserva “33% de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura para personas de existencia ideal sin fines de lucro” (Art. 89).

Además, la ley impone la reserva de “una frecuencia de AM, una frecuencia de FM y una frecuencia de televisión para los Pueblos Originarios en las localidades donde cada pueblo esté asentado” (Art. 89). A partir de la sanción de la LSCA, se asignaron como titulares de las autorizaciones a comunidades con personería jurídica y reconocidas por el Registro Nacional de Comunidades Indígenas del Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI)<sup>19</sup>. Con esto debe entenderse que las emisoras de pueblos originarios no se contabilizan en el 33% del espectro radioeléctrico que la norma contempla para los prestadores sin fines de lucro.

Por otra parte, establece un fondo de fomento para “proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los pueblos originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización” (Art. 97). Este fondo se compone del 10% de lo recaudado por el gravamen que deben pagar los prestadores de servicios audiovisuales en sus distintos tipos y categorías.

La norma también incluye la posibilidad de otorgar licencias de modo directo a emisores de baja potencia (con y sin fines de lucro) “en circunstancias de probada disponibilidad de espectro y en sitios de alta vulnerabilidad social y/o de escasa densidad demográfica y siempre que sus compromisos de programación estén destinados a satisfacer demandas comunicacionales de carácter social” (Art. 49).

Finalmente, la LSCA creó el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual como organismo multisectorial bajo la órbita de la autoridad de aplicación con funciones de asesoría en políticas de comunicación y de control de la implementación normativa. Además, este consejo tenía entre sus funciones el nombramiento

19 Información recabada de la Tesis de Doctorado de Doyle (2016).

de directores para el directorio de los medios públicos y para la autoridad de aplicación, y la selección de los proyectos presentados al FOMECA. En este organismo de 38 miembros se reservaban tres sillas para “entidades que agrupen a los prestadores sin fines de lucro” y un lugar para un “representante por los Pueblos Originarios reconocidos ante INAI” (art. 16).

Hasta la sanción de la LSCA los reconocimientos y apoyos de las autoridades regulatorias al sector sin fin de lucro habían sido esporádicos, marginales y débiles en términos normativos. En 2006, el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), autoridad regulatoria de ese momento, reconoció 126 estaciones de radiodifusión pertenecientes a asociaciones civiles sin fines de lucro (Res. COMFER 753/06). Por otra parte, en 2004 el COMFER firmó un convenio con el INAI para apoyar la instalación y la autorización de emisoras de y para pueblos indígenas (Res. COMFER 403/04). En el marco del llamado Programa de Radios en Comunidades y Asociaciones Indígenas, la autoridad regulatoria de entonces gestionó autorizaciones para el uso del espectro a 9 emisoras de comunidades indígenas entre 2005 y 2008, mientras el INAI facilitó el financiamiento para la creación de las emisoras. Durante el mismo periodo surgieron otras radios de pueblos originarios por fuera del convenio, algunas de las cuales obtuvieron autorizaciones luego de la sanción de la LSCA<sup>20</sup>.

### **Definición de medio comunitario en la normativa**

La ley audiovisual 26.522, destinada a la totalidad de prestadores de servicios audiovisuales, establece que la explotación de los mismos podrá ser realizada por “prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro” (Art. 2). La norma define a las emisoras comunitarias como: “actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales. En ningún caso se lo entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida” (Art. 4).

En la reglamentación de la norma, se aclara que como personas de existencia ideal de derecho privado sin fines de lucro se considera a “las cooperativas, mutuales, fundaciones y asociaciones definidas como tales por las normas vigentes” (Decreto 1225/10).

Por otra parte, una recomendación de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual señalaba en 2015:

---

<sup>20</sup> Estos datos fueron recuperados por la Tesis de Doctorado de Doyle (2016).

“La ley contiene una concepción de las emisoras comunitarias como un sector específico dentro de las organizaciones sin fines de lucro que contribuye claramente a la democratización de la comunicación. La definición obedece a la necesidad de diferenciarlas de otros emprendimientos no comerciales como los que podrían ser tener iglesias, fundaciones privadas, sindicatos con lógicas de participación, gestión y programación distintas a las emisoras comunitarias” (Res. 123/15).

Las emisoras de pueblos indígenas recibieron un reconocimiento legal diferenciado al de los prestadores sin fines de lucro y las emisoras comunitarias en la LSCA. La norma reconoce a los pueblos originarios como personas de “derecho público no estatal” y por eso las organizaciones indígenas pueden recibir autorizaciones directas y a demanda, sin la necesidad de concursar por licencias para radios AM y FM, y para TV con uso de espectro radioeléctrico, según la disponibilidad de espectro (Arts. 37 y 151). Esta distinción respecto a las emisoras sin fines de lucro fue una demanda de los representantes de las comunidades.

## 2.2 ACCESO A FRECUENCIAS Y CONDICIONES DE FUNCIONAMIENTO

### **Condiciones de funcionamiento de los medios comunitarios e indígenas**

Las licencias entregadas a emisoras -con y sin fines de lucro- tienen una duración inicial de 10 años, con la posibilidad de lograr prórrogas sucesivas. La primera de ellas es automática y por 5 años, y luego el licenciatario puede solicitar prórrogas de 10 años, que deben ser otorgadas por la autoridad regulatoria, el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM). No se contemplan mecanismos de consulta pública para la renovación de licencias<sup>21</sup>. Las licencias de prestadores de gestión privada sin fines de lucro son intransferibles (Arts. 39, 40 y 41).

En el régimen de licencias quedan comprendidas las personas de existencia visible o de existencia ideal, de derecho privado, con o sin fines de lucro. Por lo tanto, aquí se incluye a las emisoras comunitarias. Las autorizaciones (de entrega directa y sin concurso) se destinan a las personas de derecho público estatal y no estatal, donde se incluyen las representaciones del Estado (con sus

<sup>21</sup> Los aspectos referidos a las prórrogas en las licencias fueron modificados por el DNU 267 de diciembre de 2015, que dejó afuera las obligaciones de realizar consultas públicas.

distintos distritos), las universidades nacionales, las comunidades de pueblos originarios y la Iglesia Católica (Arts. 21, 22 y 23).

Entre las condiciones para acceder a una licencia se señala que el prestador sin fin de lucro debe estar constituido legalmente en el país, y sus directivos y consejeros no deben tener “vinculación directa o indirecta con empresas de servicios de comunicación audiovisual y de telecomunicaciones, nacionales o extranjeras del sector privado comercial”. Para esto, el prestador debe acreditar “que el origen de los fondos de la persona de existencia ideal sin fines de lucro no se encuentra vinculado directa o indirectamente a empresas de servicios de comunicación audiovisual y de telecomunicaciones, nacionales o extranjeras del sector privado comercial” (Art. 25). Por otra parte, las autorizaciones se otorgan por tiempo indeterminado (Art. 40).

Finalmente, hasta diciembre de 2015 las licencias para los servicios de TV por suscripción (cable y satelital) eran entregados por la autoridad de aplicación con la simple demanda del interesado. Desde 2016 se mantuvo la modalidad de entrega de licencias (a pedido) pero la prestación de radiodifusión por cable pasó a integrar los llamados Servicios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Servicios de TIC), regulados por la ley 27.078 (Art.10). La provisión de servicios de TV satelital se mantuvo dentro de la regulación audiovisual.

Por último, si bien la ley audiovisual permite que los licenciatarios de servicios públicos sin fines de lucro puedan acceder a licencias de servicios audiovisuales, también establece para la TV por cable que en caso de manifestarse una oposición de otro prestador en la misma zona, se debe solicitar un dictamen de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) (Art. 30). En efecto, la Cooperativa Popular de Electricidad, Obras y Servicios Públicos (CPE) de Santa Rosa, en la provincia de La Pampa, debió esperar una dilatada resolución de la CNDC pese a contar con toda la infraestructura necesaria para brindar esa prestación<sup>22</sup>.

Las definiciones para las emisoras sin fines de lucro, comunitarias y de pueblos originarios de la LSCA no les imponen restricciones de alcance territorial o de financiamiento. Con esto se señala que pueden vender contenidos de producción propia y espacios publicitarios. También pueden recibir donaciones, auspicios, patrocinios. De hecho, para las emisoras de pueblos originarios se contempla la posibilidad de recibir asignaciones del presupuesto nacional y del Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (Art. 152). La norma tampoco impone limitaciones para la emisión de

---

22 Información extraída de la investigación de Linares (2022).



contenidos específicos. Además, establece que las programaciones deben realizarse en español y en los idiomas de los pueblos originarios. Incluso reconoce excepciones en este sentido, cuando se trate de programación especial destinada a comunidades extranjeras habitantes o residentes en el país (Art. 9).

Los gravámenes impuestos por la LSCA a todos los prestadores están graduados según categorías diferenciadas (Art. 96). En el caso de los actores sin fines de lucro no suponen sumas importantes que puedan constituirse en obstáculos para el funcionamiento<sup>23</sup>. Aún así, la LSCA establece algunas obligaciones que se presentaron como obstáculos para algunos actores del sector sin fin de lucro, cuya actividad incluye prácticas informales. Una de ellas es el respeto a las incumbencias profesionales en la emisión de publicidades, que deben ser realizadas obligatoriamente por locutores (Art. 81). Otra demanda de difícil cumplimiento para el sector radica en las titulaciones exigidas a locutores y operadores para recibir sus habilitaciones (Art. 155). Estos puntos motivaron discrepancias entre la Sociedad Argentina de Locutores y las emisoras comunitarias que fueron resueltas por la autoridad de aplicación en 2013. Con la resolución 502/13, la AFSCA permitió flexibilizar las modalidades para conseguir las habilitaciones para locutores y operadores en el sector sin fin de lucro. Además, acompañó esta resolución con iniciativas similares para remover esos obstáculos para el sector.

También existen exigencias provenientes de las cuotas mínimas de contenidos que impone la ley audiovisual. Los medios privados -con y sin fines de lucro- deben respetar cuotas mínimas de producción nacional: 70% en radio y 60% en TV abierta. También deben tener tiempos mínimos de producción propia: 50% en la radio y 30% en la TV abierta. Además, se fijaron porcentajes mínimos de música nacional: 30% en radio por media jornada y 50% de producción independiente dentro de la música nacional emitida en las radios (Art. 65). Además, las señales abiertas de TV deben transmitir: 30% de producción local independiente en ciudades con más de 1 millón y medio de habitantes, 15% en ciudades con más de 600 mil pobladores, y 10% en el resto de las localidades. Otros puntos desafiantes para las televisoras comunitarias fueron las cuotas de pantalla para las producciones de cine nacional en la TV abierta, que exigen ocho películas nacionales por año en estreno televisivo (Art. 67), y los tiempos mínimos para los contenidos para niños en los canales abiertos, que suponían tres horas diarias, con 50% de producción nacional (Art. 68). Para contribuir al cumplimiento de estas obligaciones, la AFSCA emitió las resoluciones 1348/12 y 2368/12 para permitir la inclusión de contenidos

23 Observación surgida de la consulta a radialistas de medios comunitarios.

del Banco Audiovisual de Contenidos Audiovisuales Argentinos (BACUA) y del Centro de Producción e Investigación Audiovisual (CePIA). Efectivamente fueron muchas las televisoras comunitarias y locales que aprovecharon los recursos de estos reservorios audiovisuales, aunque el vínculo no siempre fue fluido y constante<sup>24</sup>. Las televisoras también apelaron a acuerdos y articulaciones con realizadores y sus asociaciones.

### Acceso a frecuencias y a fundar medios

La LSCA contempla expresamente la posibilidad de operar medios sin fines de lucro y de pueblos originarios en radio (AM y FM) y televisión (Arts. 21, 89 y 151). Los actores sin fines de lucro no están impedidos de brindar televisión satelital o por vínculo físico (cable) (Arts. 21, 25, 32 y 33). Incluso los prestadores de servicios públicos sin fines de lucro pueden operar servicios de comunicación audiovisual (Art. 30).

La LSCA reserva “33% de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura para personas de existencia ideal sin fines de lucro” (Art. 89). Además, la ley impone la reserva de “una frecuencia de AM, una frecuencia de FM y una frecuencia de televisión para los Pueblos Originarios en las localidades donde cada pueblo esté asentado” (Art.89).

## 2.3 PROCEDIMIENTO Y CRITERIOS DE ACCESO A FRECUENCIAS, CONCESIÓN O LICENCIA

La asignación de licencias para servicios que utilizan espectro radioeléctrico se realiza en un régimen de concurso público abierto y permanente (Art. 32). Los pliegos para los concursos deben ser elaborados en función de las características diferenciadas de las personas jurídicas con y sin fines de lucro (Art. 33). Además de los criterios que puede incluir cada convocatoria, se señalan los siguientes puntos para la evaluación de propuestas (Art.34): la ampliación o mantenimiento del pluralismo en el abanico de propuestas audiovisuales y en las fuentes de información; las garantías para la expresión libre y pluralista de ideas y opiniones; la satisfacción de intereses y necesidades de los potenciales usuarios del servicio de comunicación audiovisual; la inclusión de

<sup>24</sup> Estas afirmaciones se sostienen en las investigaciones de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021) y de Zanotti y Rivero (2021).

facilidades adicionales para permitir el acceso a personas discapacitadas; el aporte a la industria audiovisual; y el desarrollo de contenidos de interés social.

## 2.4 APLICACIÓN DE LA NORMATIVA Y BARRERAS IDENTIFICADAS

Según el último relevamiento sobre las legalizaciones para el sector sin fin de lucro (y dentro de estos para los medios comunitarios), en 2019 este proceso se mostraba incompleto, intermitente en su aplicación y desprovisto de un plan técnico de frecuencias radioeléctricas que permita la realización ordenada de concursos, particularmente en las áreas de conflicto<sup>25</sup>. Así, persistía como una deuda la asignación ordenada por concursos públicos y abiertos del 33% de las frecuencias disponibles para el sector sin fin de lucro. Las emisoras de pueblos originarios se vieron beneficiadas por un procedimiento más directo para la obtención de sus autorizaciones.

En efecto, una amplia encuesta sobre 289 medios comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios indicaba que en 2019 sólo 31% operaba con legalidad plena, mientras 23% lo hacía con un reconocimiento precario que no habilita a transmitir, 11% tenía reconocimientos precarios habilitantes para emitir y 30% carecía de cualquier tipo de reconocimiento<sup>26</sup>. Según la misma encuesta, 52% de los medios comunitarios e indígenas iniciaron algún trámite para alcanzar una autorización o licencia. De estas, más de la mitad (55%) encontró obstáculos en la gestión. Entre estos, el más mencionado fue la demora en la respuesta de la autoridad de aplicación (30%). También se señalaron dificultades organizativas internas (25%), problemas para completar formularios (17%), conflictos de espectro por falta de plan técnico (13%), inconvenientes económicos (9%) y falta de requisitos formales exigidos por la ley (7%). Otras dificultades observadas fueron las demoras para lograr las habilitaciones técnicas y para resolver conflictos administrativos por interferencias de señales<sup>27</sup>.

En el caso de las televisoras comunitarias, la AFSCA convocó a dos concursos para asignar frecuencias en 2011. El primero buscaba asignar licencias de Televisión Digital Terrestre y el segundo para estaciones de baja potencia. Ambas iniciativas terminaron

<sup>25</sup> Este balance surge del estudio de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021).

<sup>26</sup> Cifras que corresponden a la encuesta de RICCAP (2021).

<sup>27</sup> Observación incluida en el estudio de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021).

suspendidas en julio de 2012 por las críticas recibidas por los montos económicos de los pliegos y porque estos no diferenciaban entre actores lucrativos y aquellos sin fines de lucro, como ordenaba la legislación vigente. En efecto, desde la propia autoridad de aplicación reconocieron la necesidad de revisar los pliegos<sup>28</sup>.

Para suplir el vacío que dejaban los concursos fallidos, la autoridad de aplicación entregó en 2013 y 2014 Autorizaciones Precarias y Provisorias (APP), como había ocurrido con un conjunto de radios en 2006. En ese proceso ocho televisoras comunitarias recibieron la autorización dentro de 38 beneficiarios totales de esa medida (Res. AFSCA 1273/13, 202/14).

Finalmente, en mayo de 2015 se convocó por primera vez en Argentina a un concurso de licencias para la operación de TV digital con pliegos diferenciados para actores lucrativos y sin fines de lucro. En efecto, si bien los pliegos mantuvieron un alto costo para ser asumido por proyectos comunitarios, era un 75% más bajo para las entidades no lucrativas. Además, se simplificó la documentación a presentar y se disminuyeron las certificaciones exigidas y las obligaciones ante entidades gestoras de derechos. En noviembre del mismo año se resolvió el concurso donde tres experiencias comunitarias lograron su licencia, que representaban 4% de las frecuencias concursadas<sup>29</sup>.

Según el relevamiento más completo y reciente, desde la sanción de la LSCA y hasta octubre de 2019 se constató la entrega de al menos 174 licencias a organizaciones sin fines de lucro para radio o televisión. A esas deben sumarse 45 nuevas licencias otorgadas hasta mayo de 2022, lo que completa un total de 219 asignaciones de frecuencia desde octubre de 2009. Aunque no todas ellas fueron para experiencias que pueden definirse como comunitarias, según la propia definición de la ley audiovisual, y no pocas correspondan a organizaciones religiosas. Además, en el sector hubo al menos 4 prórrogas de licencias concedidas en virtud de lo señalado por el Decreto de Necesidad y Urgencia 267 de 2015. Por otro lado, en esta etapa se contabilizaban 85 autorizaciones para emisoras de pueblos originarios<sup>30</sup>. Según datos del área de capacitación de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, al menos 38 organizaciones indígenas han realizado transmisiones alguna vez y para mediados de 2020 alrededor de 30 organizaciones mantenían sus transmisiones.

**28** La trayectoria de estos concursos fue reconstruida por Marino y Guimerá Orts (2016)

**29** Las cifras y evaluaciones fueron obtenidas del estudio de Marino y Guimerá Orts (2016)

**30** Todas las cifras y procesos descritos sobre el proceso de legalización corresponden al relevamiento de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021), que fue completado por un registro realizado hasta mayo de 2022 para este informe.

Este proceso de adjudicación de licencias se aceleró a partir de 2018 con la implementación de dos mecanismos: los concursos simplificados en provincias donde no existía saturación del espectro, y la regularización de reconocimientos de 2006 y de los llamados PPP (Permisos Precarios y Provisorios). Este último instrumento tuvo dos particularidades: se realizó sin contar con un plan técnico de frecuencias en zonas saturadas de señales y asignó licencias sin especificaciones de potencia. De este modo se superó la paralización de concursos que afectaba al sector sin fin de lucro desde 2015. De hecho, todas las licencias otorgadas por concursos abiertos tradicionales en este sector responden a convocatorias iniciadas en 2014 (Res. AFSCA 904/14).

En estos números, solamente dos licencias corresponden a radios AM, otras diez fueron para la televisión digital y las restantes se asignaron a radios FM. Todas las provincias recibieron al menos una licencia hasta mayo de 2022.

Además, en diciembre de 2015, pocos días antes de su disolución por el Decreto de Necesidad y Urgencia 267, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) reconoció como comunitarias a 140 emisoras sin fines de lucro que habían sido registradas o empadronadas previamente (Res. 1102/15). Junto al reconocimiento, se indicó que estas emisoras recibirían puntaje preferencial en futuros concursos y se ordenó la reserva del espectro para 29 de ellas.

Así, el proceso de legalización del sector sin fin de lucro se mantiene incompleto y persisten obstáculos como: la ausencia de un plan técnico de frecuencias, demandado por la LSCA; la continuidad de reconocimientos precarios; la informalidad y debilidad económica de los proyectos comunicacionales y la deficiente e inconstante respuesta ofrecida por la autoridad de aplicación. Aun así, es posible marcar un avance en este aspecto desde la sanción de la LSCA, con manifestaciones en todas las provincias y con la utilización de distintos instrumentos legales.

Ante esta situación de vulnerabilidad legal de una parte del conjunto de medios sin fines de lucro, muchos medios comunitarios han optado por emitir sin autorizaciones ni licencias (aunque en muchos casos la autoridad de aplicación tiene conocimiento de la situación), o han aceptado hacerlo con reconocimientos precarios. Por otra parte, las redes de emisoras comunitarias han mantenido las demandas por legalización y políticas públicas en su interlocución con las autoridades. Lo han hecho por vías

formales, con actos públicos y con manifestaciones callejeras<sup>31</sup>. Desde fines de 2015 crearon el Espacio Interredes, para demandar la legalización del sector y la implementación del FOMECA<sup>32</sup>.

Además de las demandas impulsadas por las redes en su interlocución con el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), es posible reconocer algunas iniciativas o recomendaciones recientes desde organizaciones, sectores de la academia y legisladores nacionales. Así, el diputado nacional Pablo Carro retomó una propuesta de un conjunto de organizaciones y redes en un proyecto de ley de fomento al pluralismo y la diversidad informativa<sup>33</sup>. El mismo legislador impulsó un proyecto de ley para evitar la posible eliminación de asignaciones específicas del presupuesto nacional para el fomento de la producción audiovisual y cultural, entre las que se encuentra el fondo de fomento a los medios comunitarios e indígenas. Este proyecto fue aprobado por la Cámara de Diputados en junio de 2022 y esperaba la aprobación definitiva del Senado<sup>34</sup>.

Por otra parte, la Confederación de Medios Cooperativos y Comunitarios encabeza la demanda por la democratización y federalización de la publicidad oficial distribuida por el Estado nacional<sup>35</sup>. En la misma temática, la organización Ladran Sancho, que gestiona un medio digital con enfoque local, presentó un proyecto de ordenanza para regular la publicidad oficial del Municipio de Luján, en la provincia de Buenos Aires<sup>36</sup>.

Desde la producción académica también se han realizado propuestas integrales para la regulación de los medios comunitarios y para la implementación de políticas públicas. Por ejemplo, el proyecto de investigación “Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26.522. Condiciones, estrategias y desafíos” presentó propuestas de políticas públicas a partir de la promesa realizada por el Gobierno nacional durante la etapa 2015-2019 de elaborar un proyecto integral de Ley sobre las Comunicaciones Convergentes, que finalmente nunca se hizo público<sup>37</sup>. Lo mismo hizo el

**31** Estas estrategias fueron relevadas en numerosos trabajos, como el de Marino y Guimerá Orts (2016), el Segura y Linares (2017), el de Segura, Linares y Longo (2021), y el de Linares y Altieri (2021).

**32** Ver [aquí](#)

**33** <http://pluralismo.com.ar/index.php/proyecto-de-ley/>

**34** <https://www.lettrap.com.ar/nota/2021-12-6-17-9-0-reclaman-por-recursos-estatales-en-riesgo-para-la-produccion-cultural>

**35** <http://anccom.sociales.uba.ar/2022/02/25/un-medio-cooperativo-necesita-34-anos-de-pauta-para-recibir-lo-que-clarin-obtiene-del-estado-en-un-mes/>

**36** <http://anccom.sociales.uba.ar/2022/02/25/un-medio-cooperativo-necesita-34-anos-de-pauta-para-recibir-lo-que-clarin-obtiene-del-estado-en-un-mes/>

**37** <https://comunicacionsfl.files.wordpress.com/2018/04/audiencia-2018-regic3b3n-centro.pdf>

comunicador y docente Ernesto Lamas, en oportunidad de relevar la actividad de las emisoras comunitarias durante la pandemia de Covid 19, cuando enumeró Recomendaciones para una política que reconozca, respete y promueva a los medios comunitarios<sup>38</sup>.

## 2.5 APLICACIÓN DE SANCIONES

La LSCA incluye dos artículos en los que se plantean los casos en que se puede ordenar la caducidad de la licencia o registro para cualquier tipo de licenciatario (Arts. 106 y 108). Sin embargo, nunca se utilizaron.

Desde 2016 reaparecieron las intimaciones, allanamientos y decomisos a emisoras sin fines de lucro que no contaban con licencias para emitir. Para esto contribuyó un protocolo de acción frente a interferencias, generado por ENACOM, que habilitó procedimientos sumarísimos (Res. 9435/16 y 2064/16). Este instrumento se usó para realizar allanamientos, decomiso de equipos y el cierre de emisoras del sector en provincias como San Luis, Salta, Río Negro y Buenos Aires<sup>39</sup>. Un antecedente de estas situaciones tuvo lugar en septiembre de 2015, cuando se allanó e incautó los equipos de transmisiones de una televisora comunitaria que emitía en forma ilegal en la Ciudad de Buenos Aires, aunque mantenía diálogo con la autoridad regulatoria. La intervención respondió a una denuncia judicial por interferencias e incluyó una denuncia penal contra el responsable de la emisora. El decomiso de equipos de transmisión es una práctica que había dejado de ejecutarse al menos desde 2004 en Argentina, cuando la Corte Suprema de Justicia declaró inconstitucional la prohibición de brindar servicios audiovisuales a los actores sin fines de lucro<sup>40</sup>. Los casos relevados muestran que la tolerancia y el diálogo hacia las emisoras sin licencia o autorización se dejaron de lado desde el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), al menos durante la gestión del periodo 2016-2019.

No se han documentado conflictos importantes entre las emisoras comunitarias y las entidades gestoras de derechos de autor, aunque sí se produjeron negociaciones y mediaciones sobre este punto en algunos casos.

<sup>38</sup> <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/argentinien/16626.pdf>

<sup>39</sup> Información recuperada de los trabajos de Lamas (2020) y Segura, Linares, Longo y otros/as (2021).

<sup>40</sup> Recuperado del informe del Centro de Estudios Legales y Sociales -CELS- (2017).

## 2.6 MARCO INSTITUCIONAL

El Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) es la autoridad de aplicación para los sectores audiovisual y de telecomunicaciones de Argentina a partir del DNU 267 de diciembre de 2015. A partir de ese momento asumió las funciones de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y de la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (AFTIC).

El ENACOM es el organismo nacional responsable de la convocatoria a concursos por frecuencias y de la asignación de licencias y autorizaciones para ofrecer servicios de comunicación audiovisual en todo el territorio nacional (radio, TV por aire y TV por cable y satelital). También es el encargado de crear los reglamentos, convocar a los concursos para el Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA), y nombrar a los ganadores de cada línea concursada. La selección y generación del orden de mérito de los proyectos concursantes de este fondo es realizada por jurados conformados específicamente para cada convocatoria por la propia autoridad regulatoria. Hasta diciembre de 2015, dos o tres de los integrantes de los comités de evaluación del FOMECA eran propuestos por el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA). Pero el DNU 267 disolvió ese espacio participativo y nunca se conformó el Consejo Federal de Comunicación (COFECO), que asumiría sus funciones.

Además, el mismo decreto que creó el ENACOM debilitó su independencia y le asignó un fuerte componente gubernamental. Su directorio debe estar compuesto por 7 miembros, de los cuales el presidente y otros tres integrantes son nombrados por el Poder Ejecutivo. Las tres sillas restantes se las reparten las tres primeras minorías del Congreso. A esto se suma que el quórum para sesionar se logra con 4 integrantes y que las decisiones se toman por mayoría simple. Además, el Poder Ejecutivo puede remover en forma directa y sin causa a cualquiera de los directores. •



## 3. SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

### 3.1 REGULACIÓN DE LAS FUENTES FINANCIERAS

**N**i las emisoras sin fines de lucro ni los proyectos de pueblos originarios ni la definición de emisoras comunitarias que hace la LSCA les imponen restricciones de financiamiento (Arts. 4, 21 y 152). Esto significa que pueden recibir publicidad oficial, vender contenidos de producción propia y espacios publicitarios. También pueden recibir donaciones, auspicios, patrocinios. En el caso de las emisoras de pueblos originarios se contempla la posibilidad de recibir asignaciones del presupuesto nacional y del Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (Art. 152). Además, el único requisito impuesto para organizaciones sin fines de lucro que quieran acceder a una licencia es acreditar que sus fondos no tienen vinculación directa ni indirecta con prestadores comerciales de servicios audiovisuales y de telecomunicaciones (Art. 25). Estos proyectos tampoco están impedidos de beneficiarse con programas de asistencia o fomento de organismos estatales.

Por otra parte, la LSCA ofrece a la autoridad regulatoria la posibilidad de disponer exenciones o reducciones temporarias de los gravámenes instituidos por la misma norma en casos específicos como: las emisoras de pueblos originarios o del sistema educativo; prestadores situados en zonas de frontera (durante 5 años); prestadores residentes en zonas declaradas de desastre provincial o municipal; en circunstancias excepcionales por justificada razón económica o social; prestadores del servicio audiovisual abierto localizados en poblados de menos de 3 mil habitantes; prestadores

audiovisuales en abierto con una sola licencia, situados en localidades de hasta 300 mil habitantes, con cobertura de hasta 40 kilómetros y con más de diez empleados; licenciarios de servicios de cable con una sola licencia en localidades de hasta 25 mil habitantes y con más de diez empleados (Art.98). Por lo tanto, estos beneficios impositivos pueden ser aprovechados por algunas emisoras comunitarias y de pueblos indígenas.

El instrumento inédito que incluyó la ley audiovisual de 2009 fue la creación de un fondo “para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización” (Art. 97). El mecanismo fue puesto en marcha en 2013 por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), y de ahí en adelante fue conocido como el Fondo de Fomento Concurrible para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA). Es la primera política pública sistemática en la historia argentina, con fondos garantizados y legalmente respaldada, que tiene como objetivo el fomento al sector de los medios comunitarios e indígenas. En efecto, desde su inicio en 2013, el instrumento se destina exclusivamente a radios, televisoras y productoras sin fines de lucro o de pueblos originarios. La primera convocatoria permitió la participación solamente de emisoras sin fines de lucro y de pueblos originarios con licencia o autorización adjudicada o con reconocimiento otorgado en 2006<sup>41</sup> (Res. AFSCA 854/13). Esto supuso una limitación para muchas organizaciones dadas las vulnerabilidades legales que arrastraba el sector. Luego de los reclamos de las redes de emisoras comunitarias, la posibilidad de participación se amplió a productoras sin fines de lucro registradas y asociadas a emisoras con licencia, autorización o reconocimientos (Res. AFSCA 1220/13). Además, en 2015 se abrieron concursos para que las televisoras del sector pudieran recibir recursos para equipamiento técnico y se amplió la posibilidad de concursar a emisoras empadronadas en 2014 (Res. AFSCA 623/2015).

Por otra parte, en 2018 los llamados también incluyeron como posibles destinatarios a las organizaciones que recibieron reconocimiento por parte de la autoridad regulatoria en diciembre de 2015<sup>42</sup>. De tal forma, se amplió y facilitó la participación de más organizaciones en los concursos impulsados por el fondo de fomento. Estas ampliaciones progresivas en las convocatorias fueron resultado de las demandas de las emisoras y sus redes representativas, aunque también hubo regresiones desde 2016.

41 Este reconocimiento sólo incluyó a 126 emisoras sin fines de lucro (Res. COMFER 753/06).

42 La Resolución 1102 de diciembre de 2015 reconoció 140 emisoras sin fines de lucro consideradas como comunitarias.

Desde su lanzamiento, el FOMECA supuso la convocatoria a concursos anuales para distintas líneas de acción. En los llamados se estipulan los montos totales, se constituyen jurados específicos y se establecen los criterios de desembolso y rendición de cuentas preestablecidos. En el caso de las emisoras de pueblos originarios, el programa subsidia 95% del monto de los proyectos elegidos, y para las organizaciones sin fines de lucro aporta el 90%. El porcentaje restante debe surgir de fondos propios de los concursantes. En el inicio fue la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) quien se encargó de este programa, y a partir de su disolución en 2015 (DNU 267) fue el ENACOM. Cabe señalar que la selección de los ganadores la realizaba un jurado convocado específicamente para cada llamado. Hasta el DNU 267, entre dos y tres integrantes de ese comité de evaluación eran propuestos por el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA), que buscaba representación de distintos sectores en los nombres propuestos.

Las etapas en la implementación de este fondo pueden resumirse así: llamado a concursos, donde se estipula los montos totales asignadas a las diferentes líneas lanzadas; presentación de postulantes; reconocimiento de proyectos admisibles y subsanaciones necesarias; selección de ganadores por los jurados (previa constitución de los comités evaluadores); declaración de ganadores por parte del directorio de la autoridad regulatoria, que especifica los montos asignados en total, por líneas y para cada proyecto, y la cantidad de desembolsos; y la rendición de cuentas de los beneficiarios. Los desembolsos se realizaban en 2 etapas inicialmente, en 2018 se agregó una tercera entrega y en 2021 volvieron a ser dos y hasta una sola entrega. Las distintas líneas de fomento lanzadas hasta el momento apuntaron a: infraestructura; equipamiento tecnológico; producción de contenidos; gestión; formación; accesibilidad; y líneas específicas para los pueblos originarios.

En este proceso adquieren relevancia las distancias temporales entre las postulaciones, la selección de ganadores y los pagos efectivos, particularmente en una economía inflacionaria, como es la economía argentina desde hace una década. Por lo tanto, los pasos administrativos de control sobre la rendición de gastos influyen sobre los tiempos de los desembolsos y el impacto concreto que estos pueden tener en las organizaciones.

Cada proyecto particular tiene sus propios tiempos, que dependen de la velocidad de las organizaciones para invertir los recursos, de sus capacidades y posibilidades para hacer las rendiciones, y de la diligencia y pericia de la autoridad regulatoria para hacer los controles correspondientes. Esto es, los desembolsos suelen concretarse en un ejercicio contable distinto al que involucró la convocatoria y la selección de ganadores.

## 3.2 MODELO DE SOSTENIBILIDAD DESARROLLADO POR EL SECTOR COMUNITARIO

El sector de medios comunitarios y de medios de pueblos indígenas es heterogéneo y contiene proyectos de distintas dimensiones y características. Existen experiencias en grandes ciudades y en pequeñas poblaciones, vinculadas a bibliotecas populares, organizaciones sociales, movimientos campesinos y productoras audiovisuales. También algunas surgidas de iniciativas estudiantiles y otras sostenidas por grupos barriales. Por lo tanto, sus estrategias de sostenimiento económico son variables y cambiantes en el tiempo. Sin embargo, este aspecto es uno de sus principales desafíos actuales, sino el más importante.

Según un estudio reciente que abordó la cuestión en diez emisoras en distintos puntos del país, las principales fuentes de recursos son: los aportes de distintos programas estatales (nacionales y municipales), las contribuciones que realizan sus integrantes, su base social ampliada o grupos de su comunidad, y eventualmente la venta de servicios. La captación de publicidad comercial y oficial se mantiene como una opción, pero débil e intermitente. A esto puede sumarse la realización de fiestas, talleres, rifas o la venta de productos. Los salarios son escasos y se acomodan de acuerdo a la disponibilidad de recursos, pues la prioridad pasa por el pago de impuestos, servicios y el mantenimiento de la emisora. Y quienes reciben retribución en ningún caso pueden considerarla como su único ingreso<sup>43</sup>.

Un recurso relevante para el sostenimiento del sistema mediático argentino es el proveniente de la publicidad oficial, tanto nacional como de otros distritos. De hecho, se trata de un subsidio tácito permanente a los medios audiovisuales argentinos. En 2017, la inversión de la publicidad oficial nacional y la de los cuatro distritos más importantes del país representaron 24% del total publicitado en medios audiovisuales y vía pública<sup>44</sup>. Entre 2016 y 2019, esos cinco distritos aportaron alrededor del 20% de la publicidad total facturada. Sin embargo, en ese período esos recursos beneficiaron a los principales grupos mediáticos nacionales y excluyeron a los medios comunitarios e indígenas, pues casi ninguno de ellos

<sup>43</sup> Observaciones surgidas del estudio de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021).

<sup>44</sup> El dato surge del estudio [Media Ownership Monitor Argentina](#), producido por Reporteros sin Fronteras y el diario Tiempo Argentino en 2019.

recibió publicidad oficial nacional<sup>45</sup>, en lo que constituye una tendencia histórica en el sector.

Así lo demuestra la encuesta realizada a medios del sector: mientras en 2014, 2015 y 2016 alrededor de 9% de los medios consultados accedió a publicidad oficial del Estado nacional, en 2017 y 2018 lo hicieron entre 3% y 2% de los encuestados<sup>46</sup>. Del mismo informe surge que casi 25% de las organizaciones recibieron publicidad oficial provincial entre 2014 y 2018, pero sólo 10% lo hizo en forma continua en ese periodo. Por último, la publicidad oficial municipal benefició a 26% de las emisoras en algún año de esa etapa, pero sólo 12% (35 emisoras) la recibió de modo constante. Ante esta situación los medios comunitarios e indígenas han recurrido a recursos y ayudas de distintos programas estatales como fuentes de financiamiento, que tuvieron un impulso importante desde 2010. Si bien muchas de estas asistencias se vieron debilitadas o eliminadas durante el periodo de gobierno 2015-2019, es posible reconocer estos aportes.

Una iniciativa surgida del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y financiada por la Secretaría de Agricultura Familiar del entonces Ministerio de Agricultura de la Nación logró en 2014 la instalación y fortalecimiento de 19 radios comunitarias en zonas rurales de 12 provincias argentinas. Además, al menos 14 radios comunitarias vinculadas a bibliotecas populares se beneficiaron por los subsidios anuales entregados por la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP), que les permitió resolver gastos de funcionamiento o adquirir equipamiento. Algunas experiencias se valieron del programa Puntos de Cultura de la Secretaría de Cultura de la Nación para obtener subsidios. También el Fondo Nacional de las Artes (FNA) realiza concursos, préstamos y subsidios que han sido aprovechados eventualmente por programas o emisoras del sector.

En la Ciudad de Buenos Aires hay dos instrumentos que han sido aprovechados por algunas emisoras del sector situadas en ese centro urbano. Por un lado, la llamada Ley de Medios Vecinales obliga al Gobierno local a destinar un porcentaje de su publicidad oficial a medios barriales. Esto no incluye solamente a emisoras comunitarias, pero tampoco se impide que participen, como medios o desde sus programas. Según el único relevamiento existente, estos recursos constituyeron 1% del total de la publicidad oficial local en 2012 y el 4% en 2016<sup>47</sup>. Por otro lado, y con menor incidencia, la Ley de Participación Cultural (antes conocida como Ley de Mecenazgo) permite que contribuyentes puedan destinar parte del

45 Datos surgidos del informe de Espada y Sosa (2021).

46 Datos recopilados por la encuesta de RICCAP (2021)

47 Las cifras surgen del estudio de Marino y Espada (2018).

pago del Impuesto sobre los Ingresos Brutos al apoyo de proyectos culturales. En este caso, son las mismas emisoras las que deben localizar al posible benefactor.

Por otra parte, algunas emisoras cooperativas o vinculadas a empresas recuperadas por sus trabajadores utilizaron políticas del Estado nacional para fortalecer la situación laboral a través de asistencia técnica y económica. Estas políticas fueron: el programa Sistemas Productivos Locales (SPL) para la promoción de Planes de Trabajo Asociativo a cargo del Ministerio de Producción y Trabajo desde 2018; el Programa de Trabajo Autogestionado (PTA) y el Programa de Recuperación Productiva (REPRO) del mismo ministerio, que se unificaron desde 2017 en el Salario Social Complementario<sup>48</sup>. La encuesta citada señala que casi 22% de las emisoras comunitarias e indígenas recibió algún tipo de fondo o ayuda del Estado Nacional entre 2014 y 2018, por fuera de los recursos del FOMECA y la publicidad oficial.

Algunas de las emisoras también reciben recursos del programa social Potenciar Trabajo, que desde 2020 reunió las ayudas brindadas por distintos formatos de asistencia estatal como Salario Social Complementario y el programa Hacemos Futuro. Más de 15 mil trabajadores de la economía popular se reconocían en 2021 como participantes de medios de comunicación comunitarios dentro de los servicios socio-comunitarios, sobre un total de más de dos millones de inscriptos en el Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (ReNaTEP)<sup>49</sup>.

A esto puede sumarse un subsidio para la reparación y adquisición de equipos de medios sin fines de lucro, lanzado por la Secretaría de Medios de la Jefatura de Gabinete de Ministros en 2020 y replicado en 2021. La primera edición ofreció la bajísima cifra de 28 mil pesos (alrededor de 315 dólares al fin de ese año) y al año siguiente ascendió a 200 mil pesos (aproximadamente 1.800 dólares).

Finalmente, el FOMECA resultó un instrumento que brindó importantes respuestas al sector desde 2013, aunque su funcionamiento no estuvo exento de obstáculos y debilidades, además de la demora de tres años en su puesta en marcha. Las redes de medios comunitarios denunciaron que, desde su primera edición, los concursos nunca otorgaron la totalidad de los recursos que correspondían según la norma (Arts. 94 y 97). Por otra parte, hasta 2017 existía un amplio campo de organizaciones que no se habían vinculado con el instrumento. Según la encuesta a medios del sector, 37% de ellos accedió a fomento para la

<sup>48</sup> Todas estas iniciativas fueron relevadas en el estudio de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021).

<sup>49</sup> Registrado generado en mayo de 2021 por la Secretaría de Economía Social del Ministerio de Desarrollo Social.

producción de contenidos radiofónicos o audiovisuales, 23% logró el fomento para infraestructura y un 16% para gestión en el periodo 2013-2017. La mayor participación se produjo en 2015: 38% de los consultados expresó haber enviado su candidatura. En los dos años previos fue creciente el porcentaje de organizaciones participantes: 16% en 2013 y 32% en 2014. Pero la participación bajó a 24% en 2016 y a 16% en 2017<sup>50</sup>.

Una de las investigaciones recientes que abordó la cuestión del fomento a medios comunitarios e indígenas destacó el impacto positivo del FOMECA para el surgimiento y consolidación de estas experiencias comunicacionales. Los resultados más evidentes se constatan en las dimensiones económica y de producción de contenidos, lo que también incluye la renovación tecnológica. Sin embargo, este estudio también resaltó las debilidades de la política, como el desconocimiento de las características de estas organizaciones en la autoridad regulatoria y la dilación en la implementación y en los procesos administrativos. Finalmente, se resalta la correlación de las políticas de promoción y fomento impulsadas desde 2010 con la multiplicación de medios comunitarios y su legalización, así como con la mejora en infraestructura y equipamiento, el aumento de su producción propia, el incremento de trabajadores, la creciente visibilidad pública, la mayor articulación en redes y participación política del sector<sup>51</sup>. En efecto, de las 38 comunidades indígenas que lograron emitir en algún momento, al menos 9 lanzaron sus radios con equipos obtenidos a través del FOMECA<sup>52</sup>.

Otro estudio que abordó específicamente la implementación del FOMECA en el periodo 2016-2019 constató la dilación en la implementación (que empeoró respecto al periodo 2013-2015), la burocratización de los procesos (particularmente en la rendición de cuentas) y la subejecución de los recursos. Las consecuencias de esto fueron: el debilitamiento de la incidencia del fondo por la pérdida de poder adquisitivo de los subsidios en una economía nacional inflacionaria, la afectación de la planificación de las emisoras y productoras, y el desincentivo a la participación<sup>53</sup>. Estos puntos fueron oportunamente señalados por las organizaciones que debieron intensificar sus demandas para lograr la continuidad del mecanismo<sup>54</sup>. Para graficar la situación cabe señalar que durante 2016 ENACOM paralizó el programa, tanto para la convocatoria como para el pago de montos asignados. Así, los concursos y desembol-

**50** Cifras de la encuesta de RICCAP (2021).

**51** Conclusión extraída de la investigación de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021).

**52** Datos surgidos del relevamiento del área de capacitación de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.

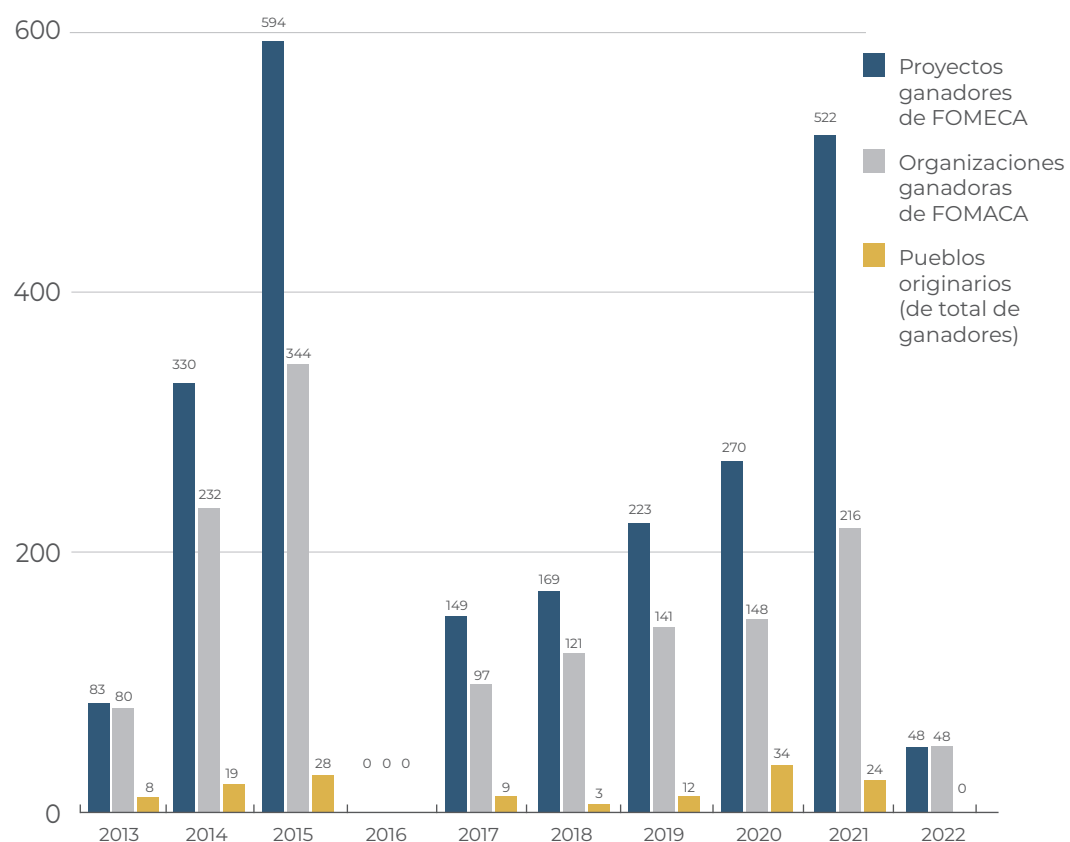
**53** Conclusiones de la investigación de Linares y Altieri (2021).

**54** Ver [aquí](#)

En 2017 se concretaron los subsidios de ese año y esto desencadenó nuevas demoras. En agosto de 2019 se habían adjudicado solamente fondos correspondientes a los concursos de 2016 y 2017.

Otro error de implementación se constató con la introducción en 2017 del expediente electrónico para la realización de trámites a distancia, con escasas instancias de capacitación previas. Si bien el objetivo era facilitar las gestiones para participar de las convocatorias, en los hechos esto supuso serias complicaciones para los potenciales beneficiarios, particularmente para las comunidades indígenas. La situación dejó ver, nuevamente, el desconocimiento sobre el sujeto de la política y sobre las condiciones en las que realizan su tarea<sup>55</sup>.

**GRÁFICA 1:**  
SUBSIDIOS  
ADJUDICADOS  
Y GANADORES  
DE FOMECA  
2013 - 2022



FUENTE: ENACOM

Entre 2013 y 2021 fueron 647 organizaciones las beneficiadas por el fondo<sup>56</sup>. Así, desde el inicio del programa de fomento hasta marzo de 2022 se habían entregado 2.388 premios en 45 líneas de financiamiento abiertas (concursos) y se pagaron un total de 828 millones de pesos sobre un total de 1.146 millones de pesos argentinos. La diferencia entre el número de premios y de organizaciones responde a que una misma emisora pudo recibir más de un premio por año y pudo hacerlo en varios años. Cabe recordar que el fondo financia distintas actividades: infraestructura, equipamiento, producción de contenidos, gestión, formación, accesibilidad y campañas. Además,

<sup>55</sup> Esta situación es descrita en profundidad en el trabajo de Linares y Altieri (2021), y también es resaltada para el caso de los medios de comunidades indígenas por Siare y Belotti (2018).

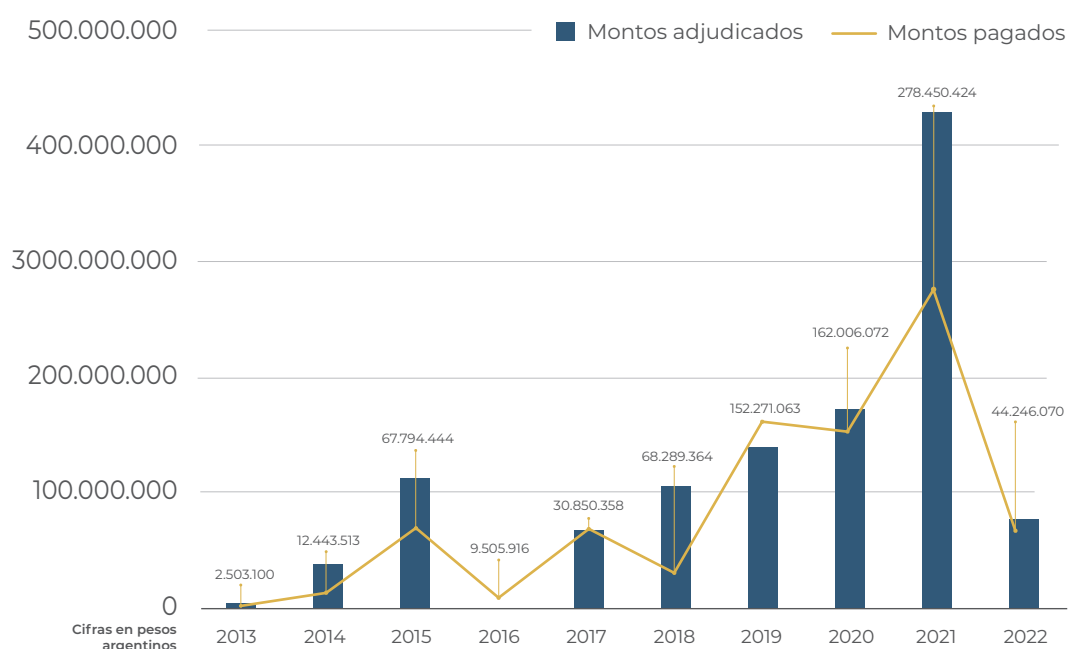
<sup>56</sup> Cifras entregadas en mayo de 2022 por el ENACOM ante un pedido de acceso a la información pública, con datos registrados hasta marzo de 2022.



la cantidad de beneficiarios supera ampliamente el número de medios comunitarios, populares, alternativos e indígenas relevados por las investigaciones más recientes (209 y 289). Esto puede deberse a que los premios se adjudican también a productoras asociadas a las emisoras y a eventuales cambios en la denominación de las organizaciones por cambios administrativos (por ejemplo, el paso de productora a licenciataria, una vez que han conseguido su licencia).

Si se realiza un análisis por periodos de gobiernos, entre enero de 2020 y marzo de 2022 se habían adjudicado 840 premios por 679 millones de pesos (cerca de 6.569.937 dólares)<sup>57</sup>. En la etapa de gobierno de Mauricio Macri se adjudicaron 541 premios por 312 millones de pesos (aproximadamente 8.523.999 dólares). Y durante el gobierno de Cristina Fernández fueron 1.007 adjudicaciones por 155 millones de pesos (alrededor de 13.693.730 dólares). Se muestra a continuación las cantidades adjudicadas, así como el monto pagado finalmente, entre los años 2013 y 2022.

**GRÁFICA 2:**  
MONTOS  
ADJUDICADOS Y  
PAGADOS EN  
SUBSIDIOS  
FOMECA  
2013 - 2022



FUENTE: ENACOM<sup>58</sup>

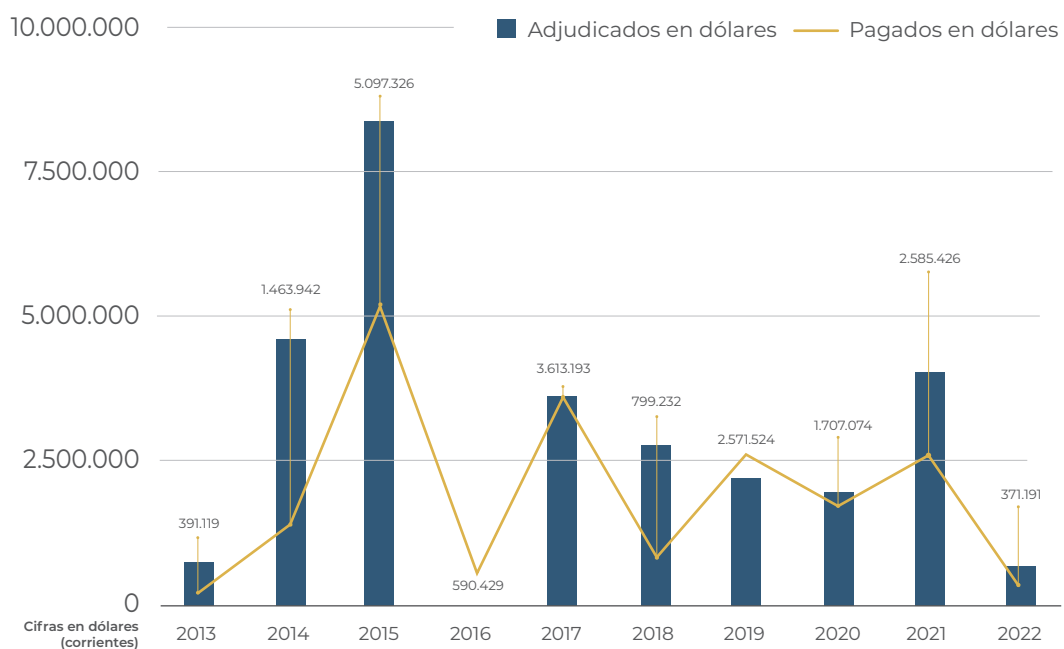
Las cifras deben analizarse con precaución pues la economía inflacionaria argentina quita poder adquisitivo a los fondos por la demora en las entregas, hace difícil medir su impacto y comparar periodos. Como se ha señalado, lo adjudicado en un año puede pagarse en otro y por otra gestión de la autoridad regulatoria. Por ejemplo, al cierre de 2020 quedaban pendientes desembolsos correspondientes a adjudicaciones de ese año, y en menor medida de 2019 y de 2018, pero también recursos de 2015 y 2014. El ENACOM informó que casi 97% del total pagado durante 2020 se destinó a

**57** La conversión a dólares debe contemplarse solamente como referencia pues la cifra se construyó con los totales anuales convertidos a dólares estadounidenses según el tipo de cambio del último día de cada año.

**58** Información entregada por ENACOM en mayo de 2022 a partir de un pedido de acceso a la información pública. Las cifras alcanzan hasta marzo de 2022.

líneas entregadas ese año y el anterior. “Esto muestra un claro compromiso de esta gestión de desembolsar el pago de los subsidios lo más aproximado posible a la fecha de adjudicación”, concluye el informe<sup>59</sup>. Por tanto, lograr que los recursos asignados se aprovechen en forma óptima sin afectar la planificación de las organizaciones constituye un desafío de la implementación de este mecanismo.

**GRÁFICA 3:**  
CANTIDAD  
ADJUDICADAS  
Y PAGADAS  
EN SUBSIDIOS  
FOMECA EN  
DOLARES  
2013 - 2022



FUENTE: ENACOM<sup>60</sup>

Las cifras expuestas dan cuenta de la continuidad lograda por el fondo, pese a su inicio tardío y su paralización durante 2016. Sin embargo, también se evidencia la irregularidad en los montos asignados y pagados por año. Queda allí una deuda pendiente en relación a lograr un mecanismo que facilite la utilización de los recursos a las organizaciones y haga posible el control eficiente desde la autoridad de aplicación.

Otro reto de la aplicación consiste en lograr que más comunidades indígenas con intenciones de montar sus emisoras o productoras -o continuar sus emisiones- logren realizar presentaciones a concursos en tiempo y forma. Si bien se constata un crecimiento de las organizaciones de pueblos indígenas beneficiarias dentro del total de beneficiarios en 2020 y 2021, producto de jornadas de capacitación impulsadas por ENACOM y la Defensoría del Público, en la convocatoria de 2019 para pueblos originarios hubo 42 presentaciones declaradas inadmisibles. En respuesta a esto, la autoridad de aplicación realizó en 2022 a un nuevo llamado exclusivo para este sector por 88.900.000 pesos<sup>61</sup>. •

<sup>59</sup> Informe anual de indicadores FOMECA 2020, producido por el ENACOM

<sup>60</sup> Las cifras deben tomarse como referencia pues se construyeron con los totales anuales convertidos a dólares estadounidenses según el tipo de cambio del último día de cada año (salvo para 2022). Se recogen la información entregada por ENACOM en mayo de 2022 a partir de un pedido de acceso a la información pública. Las cifras alcanzan hasta marzo de 2022.

<sup>61</sup> Información provista por ENACOM

## 3. CONCLUSIONES

### 3.1 PRINCIPAL DEBILIDAD Y AMENAZA DEL SECTOR

**E**n el marco de la crisis de los modelos de financiamiento de los servicios audiovisuales, el sector de los medios comunitarios, populares, alternativos e indígenas no ha consolidado estrategias económicas duraderas y robustas. Sin embargo, esto no les ha impedido mantener sus emisiones aún en contextos de cierre de medios y pérdidas de puestos laborales en el periodismo, como el experimentado en el periodo 2016-2019 en Argentina<sup>62</sup>.

Por otra parte, se trata de proyectos comunicacionales que, en muchos casos, tienen como público destinatario a comunidades pequeñas, sectores sociales vulnerables o grupos poco atractivos como consumidores. Por eso, la opción de la publicidad comercial como fuente de recursos no parece ser una alternativa viable para todas las emisoras comunitarias e indígenas. A eso se suma la marginación de este sector de la publicidad oficial de distintos distritos estatales y la ausencia de subsidios o líneas de fomento que incluyan el pago de salarios por un tiempo determinado. Todos estos aspectos limitan la capacidad de estas emisoras de lograr ingresos constantes para mantener una planta de trabajadores estable. Esta situación emerge como una debilidad de atención para el sector.

---

<sup>62</sup> Este proceso es reconstruido en el trabajo de Retegui, Rosenberg y Marchetta (2021).

Vinculado a los señalamientos previos, las organizaciones han demostrado también dificultades para hacer frente a las tareas de gestión de las emisoras. En esto influyen circunstancias como las características que requiere esa actividad -que no se corresponden con las capacidades y búsquedas de quienes se acercan a participar de un medio de comunicación- y con la escasez de recursos para costear salarialmente ese rol. Al mismo tiempo, esta dificultad ha sido escasamente atendida por las políticas de fomento. En general, el FOMECA no incluye el pago de remuneraciones dentro de sus líneas de fomento.

Esta debilidad en torno a la gestión, particularmente en relación a asuntos administrativos o legales, se profundiza en el caso de las emisoras de pueblos originarios, donde se evidencian mayores distancias entre las comunidades y las dependencias estatales.

A las dificultades derivadas de no contar con personas abocadas a los aspectos burocráticos, en las comunidades indígenas se agregan obstáculos como: no poder completar formularios en una segunda lengua, no contar con conectividad estable a internet, no tener cuenta bancaria, no poder hacer seguimiento de sus trámites, no conseguir personas de confianza que puedan colaborar con los trámites administrativos<sup>63</sup>.

La legalización de las emisoras comunitarias e indígenas permanece como una deuda y supone una debilidad estructural para aquellas experiencias que funcionan en la ilegalidad o con reconocimientos precarios, pues obtura posibles fuentes de recursos, articulaciones con organismos estatales y privados. Por otra parte, existen emisoras que han alcanzado su legalidad plena en zonas con saturación de señales, pero sin especificación de potencia. Esto deja a esas organizaciones en medio de una batalla de señales que se superponen en las frecuencias radioeléctricas. En este contexto, serán las emisiones con mayor capacidad tecnológica las que logren imponer sus voces en el espectro.

Por último, la autoridad regulatoria ha demostrado hasta el momento serias dificultades para reconocer las especificidades de estos actores sin fines de lucro y de comunidades originarias. Por esto, la implementación del fondo de fomento FOMECA no ha logrado alcanzar a todo el sector y tuvo numerosos cuestionamientos por las barreras administrativas que se incluían. A esto debe agregarse que particularmente las emisoras de pueblos originarios requieren de condiciones particulares, que deben ser desarrolladas, para su entendimiento con organismos del Estado.

<sup>63</sup> Estos obstáculos han sido relevados por los trabajos de Linares y Altieri (2021), y de Siores y Belotti (2018).

Este desconocimiento sobre el sector y su función social o sus aportaciones a la recreación cultural puede extenderse a la mayoría de los actores de la política partidaria. Esta situación puede constituir una amenaza para la continuidad de las políticas públicas hacia estas experiencias, particularmente en contextos de crisis económicas nacionales e internacionales.

## 3.2 PRINCIPALES FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES

Al menos dos aspectos pueden señalarse como fortalezas del sector. Por un lado, existe una experiencia reciente de articulación de las políticas de legalización y fomento propiciadas por la normativa y las iniciativas de asistencia y fortalecimiento del sector comunitario e indígena surgidas desde distintos organismos estatales<sup>64</sup>. Estas políticas han demostrado generar consecuencias positivas en las comunidades y han permitido la multiplicación de las experiencias comunitarias y vinculadas a pueblos indígenas. Esto abre oportunidades que pueden ser exploradas en distintos organismos estatales.

Por otro lado, el compromiso militante y el sostén de las comunidades territoriales o de intereses han demostrado que funcionan como músculos que hacen posible la continuidad de estos proyectos. Vinculado con esto, la capacidad de movilización y reclamo articulado frente al Estado ha permitido que el sector alcance resultados concretos, como la continuidad del fondo de fomento FOMECA, y ha dado mayor visibilidad a este tipo de proyectos de comunicación. Esto puede contarse como una fortaleza, con la posibilidad de alumbrar nuevas conquistas en asociación con otros grupos sociales o políticos.

## 3.2 OTRAS CONCLUSIONES

En 2019 el Ente Nacional de Comunicaciones incluyó una capacitación en cuatro provincias para fomentar la participación en la línea del FOMECA destinada a pueblos originarios. Para hacer posible la iniciativa, participaron también la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas. El resultado fue que se multiplicó el número

<sup>64</sup> Conclusión alcanzada por el estudio de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021).

ro de organizaciones concursantes<sup>65</sup>. Este antecedente demuestra que la implementación de una política pública destinada a este sujeto social requiere de estrategias pertinentes de promoción y difusión.

Estas estrategias no pueden ser esporádicas, sino que debe darse un proceso continuo de acompañamiento, que incluya instancias de capacitación en aspectos administrativos y aquellos vinculados a la producción y emisión de contenidos. Las experiencias de capacitaciones desde organismos como la Defensoría del Público, o con la articulación de varias entidades, pueden servir como ejemplos para generar un plan de largo plazo que fortalezca las capacidades de comunicación audiovisual de las comunidades de pueblos originarios y la reflexión sobre esas prácticas en un diálogo intergeneracional. En efecto, es posible pensar en programas de fomento bianuales o trianuales, con instancias concretas de acompañamiento para las comunidades indígenas, que favorezcan procesos con mayor estabilidad.

Esto es, no alcanza con hacer existir la política pública, sino que deben generarse las condiciones para una participación accesible y masiva. Para esto, la autoridad regulatoria debe tener presencia activa en las provincias y conocimiento de los actores del sector no lucrativo de la comunicación.

Por último, este informe permite ver la escasa presencia de políticas provinciales o locales para el fomento o acompañamiento de estos proyectos<sup>66</sup>. En tal sentido, la demanda o articulación con instancias de Estados provinciales o municipales pueden ser exploradas en el futuro. •

---

**65** Este proceso es desarrollado en el trabajo de Linares y Altieri (2021).

**66** Esta es una de las conclusiones de la investigación de Segura, Linares, Longo y otros/as (2021).

## 4. RECOMENDACIONES

**A** las sugerencias ya incluidas en las conclusiones de este trabajo es posible agregar las siguientes recomendaciones surgidas del análisis:

1. Incluir a las emisoras comunitarias, populares, alternativas e indígenas en la distribución de la publicidad oficial en los niveles nacional, provincial y municipal. Esta inclusión debe darse en una ley integral que contemple un criterio justo, transparente, federal y equitativo en el reparto de estos recursos.
2. Desarrollar un subsidio a la diversidad y al periodismo local que transparente la entrega de recursos a los medios de comunicación y que permita exigir mínimas contraprestaciones de esos medios en materia de diversidad e información local. En un programa de este tipo podrían ingresar tanto medios comerciales como sin fines de lucro.
3. Publicar en forma clara y actualizada toda la información vinculada al Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual. Esta publicación debe incluir el monto total recaudado y el monto total destinado por año al fondo.
4. Avanzar en capacitaciones y articulaciones con organizaciones para hacer posible un acceso más amplio del sector a los concursos del FOMECA y para lograr un aprovechamiento más veloz del dinero entregado. Esto es, la autoridad regulatoria debería trabajar junto a redes, emisoras y otros organismos públicos

para facilitar y adecuar las obligaciones administrativas que deben cumplir los aspirantes tanto en la etapa de presentación a los concursos como en la etapa de rendición de cuentas.

- 
5. Fortalecer las áreas específicas para la vinculación con el sector y para la implementación de políticas como el FOMECA. Este fortalecimiento debe darse también en las delegaciones provinciales y estar acompañado con un acercamiento a las características específicas de este tipo de experiencias comunicacionales.
- 
6. Impulsar la inclusión de las emisoras comunitarias, populares, alternativas e indígenas en un grupo de organizaciones comunitarias y culturales que reciban un subsidio específico para el pago del servicio de energía eléctrica que les permita mantener sus emisiones sin comprometer su sostenibilidad económica.
- 
7. Hacer cumplir las obligaciones legales de prestadoras de televisión por cable para incluir en su grilla la programación de canales locales, cooperativos y de pueblos originarios.
- 
8. Avanzar con programas de fomento bianuales o trianuales que contemplen el pago de salarios o retribuciones por actividades de producción y gestión para favorecer el logro de estabilidad en las prestaciones y propuestas de estas emisoras. Estos programas deben atender particularmente a las experiencias nuevas y a las emisoras de pueblos originarios.
- 
9. Acelerar los procesos de legalización en el sector en forma transparente y federal para cumplir con la reserva del 33 por ciento del espectro radioeléctrico para el sector sin fin de lucro.
- 
10. Reconocer la especificidad de los medios comunitarios dentro de grupo de medios privados sin fines de lucro de acuerdo con lo indicado por el artículo 4 de la vigente Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (Resolución AFSCA 1102/15). •



# BIBLIOGRAFÍA

Belotti, F. (2017). Los medios de comunicación de los pueblos originarios frente a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: experiencias, contradicciones, desafíos. Universidad Nacional de Quilmes.

Doyle, M. (2016). El derecho a la comunicación de los pueblos originarios. Límites y posibilidades de las reivindicaciones indígenas en relación al sistema de medios de comunicación en Argentina. Tesis de doctorado. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.

Espada, A. (2017). Una oportunidad perdida. La ley y los medios sin fines de lucro. En M. Becerra y G. Mastrini (Coords.), Medios en guerra. Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016. Buenos Aires: Biblos.

Espada, A. & Sosa, F. (2021). La publicidad oficial del Gobierno de Cambiemos. En Becerra, M. & Mastrini, G. (comp.) Restauración y cambio. Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019). CABA: SIPREBA-ICEP.

Lamas, E. (2020). Medios comunitarios en tiempos de pandemia. Nueva normalidad, otra comunicación. Buenos Aires: FES.

Linares, A. (2022). Los actores periféricos de la convergencia en Argentina. El caso de una destacada y competitiva empresa cooperativa provincial. *Intersecciones En Comunicación*, 1(15). En prensa.

Linares, A. & Altieri, D. (2021). Políticas para los medios comunitarios e indígenas durante el gobierno de Cambiemos. En Becerra, M. & Mastrini, G. (comp.) Restauración y cambio. Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019). CABA: SIPREBA-ICEP.

Linares, A.; Segura, M. S.; Hidalgo, A.; Kejval, L.; Longo, V.; Traversaro, N.; Vinelli, N. (2016): Brechas. La desigualdad en las políti-

cas de fomento de medios comunitarios, otros medios e industrias culturales. En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Año 13, n.25.

Marino, S. & Espada, A. (2018). “Cómo reparte la Ciudad la publicidad oficial”. En el portal digital *Letra P*. Provincia de Buenos Aires. Última consulta: 20/09/2019.

Retegui, L., Rosenberg, L. & Marchetta, T. (2021). Medios en crisis. Situación laboral y estrategias de trabajadores y trabajadoras de prensa (2015-2019). En Becerra, M. & Mastrini, G. (comp.) *Restauración y cambio. Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019)*. CABA: SIPREBA-ICEP.

RICCAP (2019). *Relevamiento de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios en argentina*. Buenos Aires: Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular.

Segura, M.S. y Linares, A. (2017): De la confrontación a la cooperación. La relación entre las emisoras comunitarias y el Estado en Argentina. En *Revcom. Revista Científica de la Redcom*, Año 3, N° 5 págs. 47 a 62 (noviembre de 2017). ISSN 2451-7836.

Segura, M. S., Linares, A., Longo, V., Vinelli, N., Espada, A., Traversaro, N., & Hidalgo, A. (2021). *Alternativas. Condiciones y estrategias de las radios y los canales sin fines de lucro desde la sanción de la Ley Audiovisual*. Santiago del Estero: Edunse.

Siares, E. & Belotti, F. (2018). Los medios indígenas en Argentina: caracterización y desafíos a partir de la experiencia de dos radios kollas. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 11(2), 86-103. Doi: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.5706>

Zanotti, M. & Rivero, E. (2021). Televisión pública-estatal en las provincias: avances y retrocesos en tiempos de Cambiemos. En Becerra, M. & Mastrini, G. (comp.) *Restauración y cambio. Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019)*. CABA: SIPREBA-ICEP.

# LISTADO DE NORMATIVAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

Ley 26.053/05 (Habilitación legal a prestadores sin fines de lucro).

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522/09).

Decreto 1225/10 (Reglamentación Ley 26.522).

Ley Argentina Digital (27.078/14) (Regulación sobre telecomunicaciones).

Decreto de Necesidad y Urgencia 267/15 (Modificaciones a la Ley 26.522).

Resolución COMFER 403/04 (Convenio para instalación de emisoras indígenas).

Resolución COMFER 753/06 (Reconocimiento de emisoras sin fines de lucro).

Res. Defensoría del Público 123/15  
(Recomendación sobre radio comunitaria La Ranchada).

Resolución AFSCA 1348/12 (Cómputo de cuotas de producción local independiente).

Resolución AFSCA 2368/12 (Cómputo de cuotas de producción local independiente).

Resolución AFSCA 1273/13 (Autorizaciones Precarias y Provisorias para televisoras).

Resolución AFSCA 202/14 (Autorizaciones Precarias y Provisorias para televisoras).

Resolución AFSCA 1102/15 (Reconocimiento a emisoras comunitarias).

Resolución ENACOM 9435/16 (Protocolo de intervención en casos de interferencias).

Resolución ENACOM 2064/17 (Delegación de facultades para secuestro de equipos).

Resolución AFSCA 854/13 (Primera convocatoria a concurso FOMECA).

Resolución AFSCA 1220/13  
(Convocatoria a concurso FOMECA/Ampliación a productoras).

Resolución AFSCA 623/15 (Convocatoria FOMECA/Ampliación a empadronadas).

Resolución AFSCA 904/14 (Convocatoria a concurso público por frecuencias). •



**OBSERVACOM**