

FORMACION POLITICA EN TIEMPOS DE LAWFARE

GERMÁN CALVI

viernes 14 de septiembre 2018

COMUNICACIÓN PARA LA MOVILIZACION SOCIAL¹

Año 2012 en el Instituto Nacional de Cine y Audiovisuales → Falta de información sobre lo que pasaba en el sector audiovisual en Argentina. Indicador que desde el año 1976 el Estado Argentino abandona una tarea estratégica que es pensar este sector y tener una política que lo diseñe.

El sector privado, sí tiene la información desde su búsqueda de rentabilidad y el gobierno no tenía esa información con la calidad que se necesita para pensar, diseñar y ejecutar políticas públicas.

La Era Digital: Antes todo lo que tenía que ver con el cine se hacía en 35 mm, la TV aire o cable por cable coaxial, y la telefonía por cable teléfono. La era digital hace que ahora todo eso quede atrás y se implementen nuevos métodos de digitalización.

Este momento de convergencia hace que las empresas peleen fuertemente por el negocio que todo esto genera. El Estado entiende que es el momento de ingresar como un nuevo actor.

Para las empresas es claro cuáles son los intereses: ganar más. Pero ¿quién fija las reglas del juego para saber quién gana más? Hasta los años 90 los medios estaban en manos de empresas de comunicación, después aparecen las corporaciones, que ya no piensan en la comunicación como un canal con la sociedad, sino como un negocio → INTEGRACION HORIZONTAL - INTEGRACION VERTICAL

Un canal que compra la productora de contenidos, un diario que compra la fábrica de papel, además tiene un canal de TV abierta, otro de cable.

Entonces no se trata de un empresario de medios sino de una corporación empresarial, con intereses y poder. Aparecen las empresas de telecomunicaciones mucho más grandes consolidando el oligopolio.

AMERICA LATINA: más del 70% del mercado de telefonía fija y móvil está en manos de tres o cuatro empresas más grandes en promedio que las empresas de medios.

En esa puja, un sector es mayor, pero el más chico tiene “el micrófono” y con eso la capacidad de lobby:

CONSTRUIR SENTIDO A TRAVES DE LO QUE HACE.

Aparece otro actor: la sociedad, cada uno de nosotros, que somos invisibles en tanto no estamos organizados. Hasta el año 2009 toda la ficción de producción nacional que veíamos los argentinos en la televisión, se decidía en el directorio de una empresa, así monopolizaban TELEFE, Canal 13, definiendo la estética, el sujeto social a mostrar, el contenido, y definía también *LO QUE NO IBAMOS A VER.*

Muchos de nosotros y nosotras nunca nos vimos reflejados, contados.

Esto hace a nuestra identidad, nuestro estigma y hace a la diversidad cultural.

PENSAR LOS DERECHOS HUMANOS Y LA DIVERSIDAD CULTURAL

El que pretende hacer plata encuentra el negocio en la homogeneidad.

Aparece como factor la MATRIZ IDEOLOGICA, que son los lentes con los que vemos esa realidad y surge la FORMACION POLÍTICA.

Colocan al alcance de la mano una manera de contar cosas con imágenes de soporte que las legitiman, y sobre todo hacen que no discutamos otro millón de cosas.

¹ <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2081>

Lo importante no es sólo lo que se naturaliza, sino lo que se invisibiliza, se saca de la discusión.

La política no se reemplaza, tiene un ámbito de construcción y acumulación. La construyen los militantes y la acumulan las organizaciones políticas para que puedan, empoderadas, sentarse con las empresas de comunicación y decirles *no tenés el 99% del mercado, tenés el 98%*.

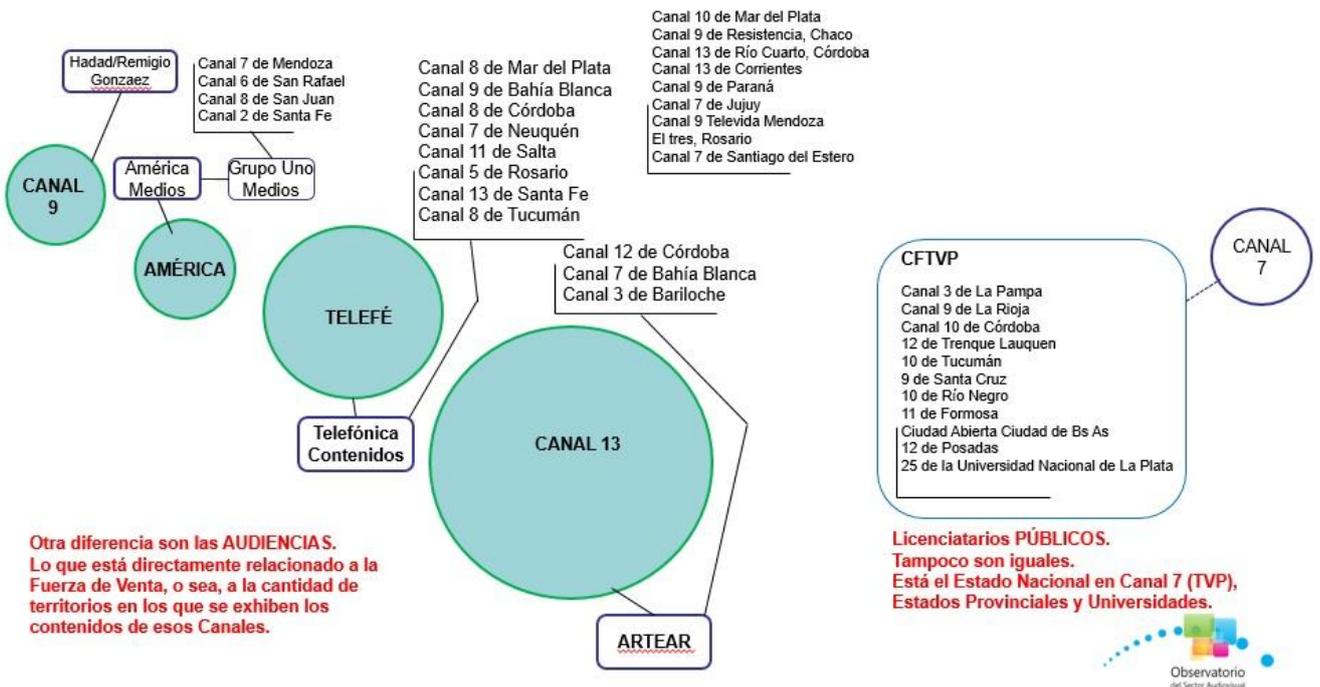
La comunicación no puede discutirse por afuera de los ámbitos que permiten la acumulación: los sindicatos, los partidos, la Unidad Básica, un Centro Cultural, porque sino entramos en la marea que genera pero no acumula, genera estado de ánimo y ahí queda.

Generalmente el fetiche de la comunicación subordina nuestra manera de pensar en contra de la eficacia de nuestra acción comunicacional.

EL PODER ENFRENTA AL PODER. No podemos quedarnos en el meme con el que se informan los sub 35 donde construyen sentido. Debemos usar ese espacio porque de lo contrario lo ocupa el adversario.

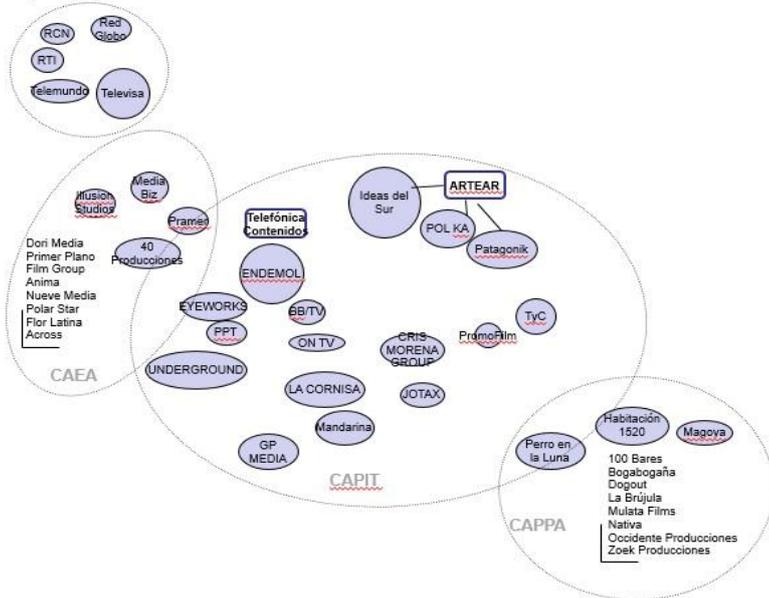
SOBRE LA TV - 2012²: CANALES DE TV ABIERTA EN ARGENTINA. Gratis, con área de cobertura.

Capa 1. Licenciatarios de TV Abierta



² http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/52012/Documento_completo.pdf?sequence=1

Capa 2. Productoras de TV



La Productoras se Agrupan en Cámaras.

CAPIT es la más influyente allí están las Productoras que producen para los dos principales Canales.

CAEA se articuló para exportar.

CAPPa son PyMEs que nacen de la experiencia de Canal Encuentro.



DISTRIBUIDORAS QUE VENDEN EL CONTENIDO AL EXTERIOR

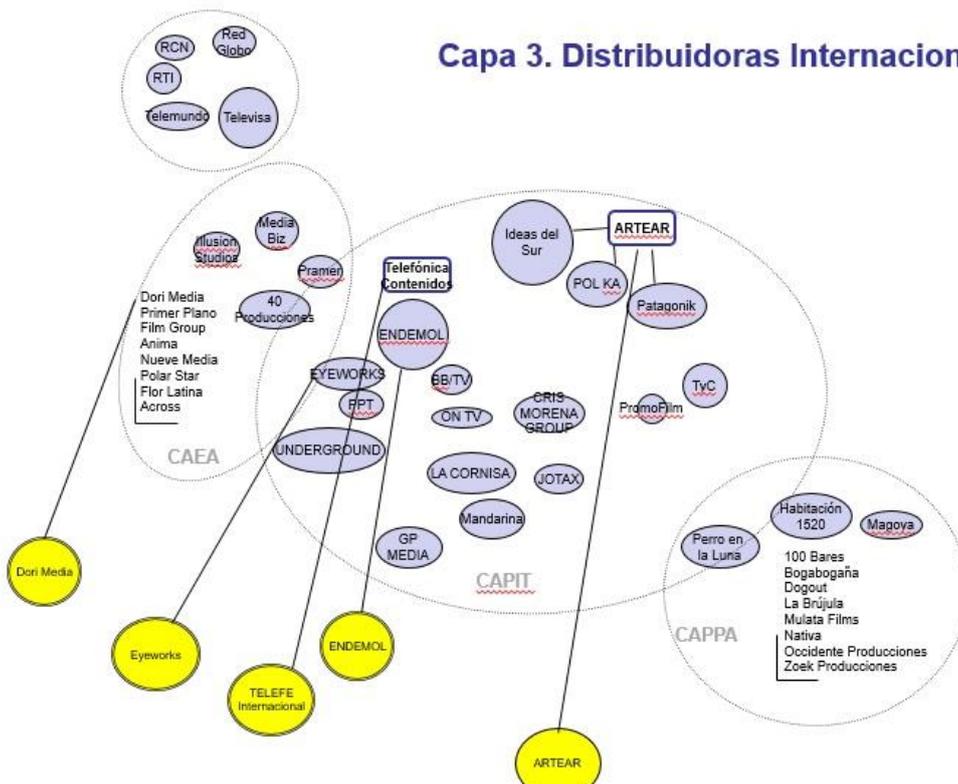
En 1980, el cable hace que ingrese la televisión de otros países que eligen qué contenido ver.

En 2012 la TV era global, la TV nacional estaba resistiendo.

Tensión entre el contenido nacional y extranjero que se resuelve alrededor de los países más poderosos del mundo, el complejo anglo-americano, Estados Unidos, Inglaterra se dan a la tarea estratégica de ocupar con sus contenidos la televisión de América Latina.

Tienen sus distribuidoras y se da una política muy agresiva para ocupar el mercado.

Capa 3. Distribuidoras Internacionales de TV



CANALES - PRODUCTORAS - DISTRIBUIDORAS = TRABAJADORES

En Argentina a diferencia de otros países hay trabajadores organizados. Los sindicatos ocupan **EL** lugar. En 2003 el sindicato de trabajadores de la televisión tenía 10 mil/11 mil afiliados y en 2012 se llegó a 35 mil afiliados, lo que dio como **resultado lograr las mejores paritarias del país desde el año 1975.**

Aparecen las Sociedades de Gestión de Derechos porque lo que se vende es de propiedad intelectual.

GUIONISTA / DIRECTOR / ACTOR

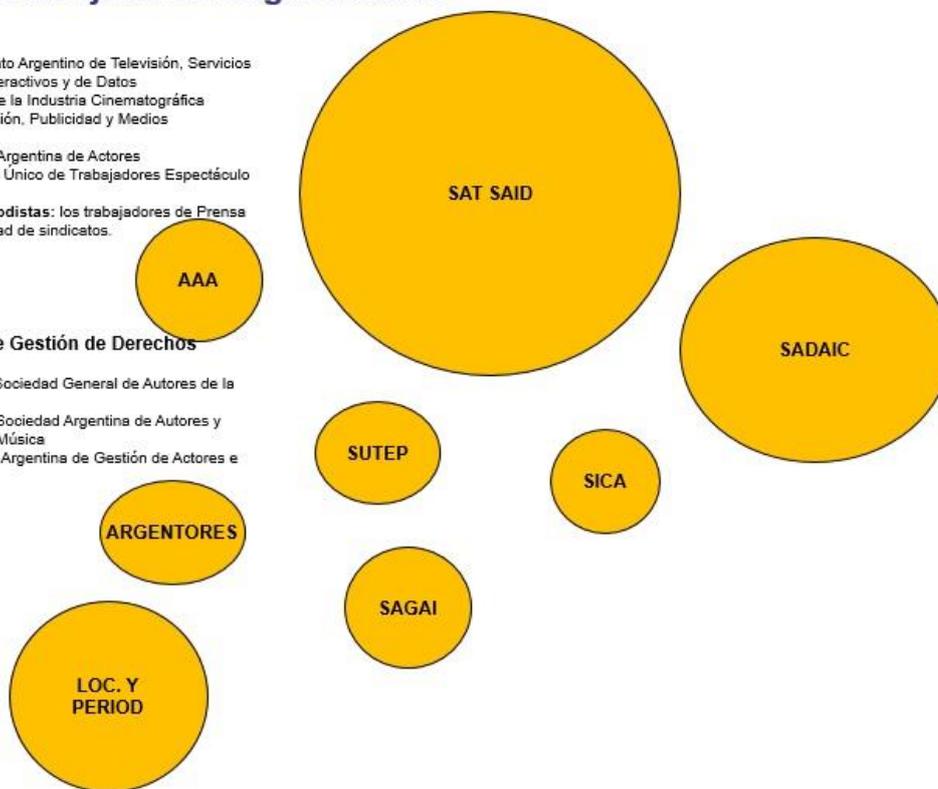
Capa 4. Trabajadores Organizados.

Sindicatos

- SATSAID:** Sindicato Argentino de Televisión, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos
- SICA:** Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina, Animación, Publicidad y Medios Audiovisuales
- AAA:** Asociación Argentina de Actores
- SUTEP:** Sindicato Único de Trabajadores Espectáculo Público
- Locutores y Periodistas:** los trabajadores de Prensa tienen más cantidad de sindicatos.

Sociedades de Gestión de Derechos

- ARGENTORES:** Sociedad General de Autores de la Argentina
- SADAIC:** Sadaic Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música
- SAGAI:** Sociedad Argentina de Gestión de Actores e Intérpretes



Referencias gráficas

	Caltecoproducción
	Señales de Cable
	Canales de Aire
	Señales de TDA
	Canales de Públicos
	Propietarios de Multimedia
	Productores de Contenidos
	Distribuidores Internacionales
	Exhibidores de Cine
	Sindicatos del Sector
	Organizaciones Sociales
	Cooperativas
	Estados

EL ESTADO:

En el año 2009, Cristina Fernández de Kirchner decide desde la ley desarrollar una burocracia de Estado que se haga cargo.

Para repensar la soberanía tecnológica, de quién son las antenas, el contenido infantil: PAKA-PAKA, contenido cultural, el cine argentino espacios INCAA.

Todo esto pasa a integrar el presupuesto nacional.

