

DINÁMICAS DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN ARGENTINA. PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN, CONSUMOS Y REGULACIÓN DE LOS MEDIOS COMERCIALES Y PÚBLICOS

Investigadores USAL:

Director Marino, Santiago (santiago.marino1@usal.edu.ar); Labate, Cecilia;
Páez, María Alejandra

Investigador Externo:

Linares, Alejandro Félix

Alumno practicante USAL:

Di Santi, Matías Germán

Resumen

El objetivo de esta investigación es dar cuenta de las dinámicas del sector audiovisual en Argentina. Entre sus aportes se destaca la posibilidad de pensar en la configuración del Espacio Audiovisual Ampliado, comprendido a partir del surgimiento y expansión de tecnologías que rompen inercias en las distintas industrias culturales.

Como el proyecto trabaja desde la perspectiva crítica de la economía política de la comunicación, se utilizaron herramientas metodológicas propias del área administrativa y las políticas públicas, como así también matrices conceptuales y generadoras de indicadores que permitieron dar cuenta de niveles de concentración, lectura de estrategias de los actores, agregados mesoeconómicos como rama, sector e industria, además de las entrevistas en profundidad a actores claves.

El recorrido implicó sistematizar las decisiones regulatorias de los sectores que hacen al Espacio Audiovisual Ampliado durante los dos mandatos de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner y el primer año de Mauricio Macri.

Los cambios pueden ser clasificados en tecnológicos, económicos y políticos. Cada uno de ellos impacta de diferente modo en el Espacio Audiovisual Ampliado. Las regulaciones aprobadas en el período estudiado no responden a un conjunto integral y planificado de medidas, sino que incluso en algunas cuestiones se contradicen en sus formas: cambios menores en torno a una norma que establece la política pública más duradera en el sector (el cine); una ley con proceso democrático en su generación y aprobación (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual); un decreto específico que asigna un rol central para el Estado (Televisión Digital Abierta) y una ley propuesta por el Poder Ejecutivo Nacional, sin indicios para la participación ciudadana y con aspectos por definir en su reglamentación (Argentina Digital).

Las formas de producir y distribuir contenidos en el espacio audiovisual cambian. Se identifican nuevas estrategias de financiamiento para la producción de los contenidos (acuerdos entre canales de TV, productoras y plataformas de distribución OTT –distribución de contenido a través

de internet–); mutan las estructuras narrativas en pos de mantener la atracción de audiencias más activas y se desarrollan estrategias colindantes vinculadas a otros soportes (perfiles en redes sociales, mecanismos de participación de las audiencias prosumidores, etc.). El desarrollo incipiente de plataformas de distribución complementarias (el caso Flow! en el Grupo Clarín) es otro indicador de los cambios estudiados.

Palabras clave: economía política; sector audiovisual; mercado; políticas públicas

Abstract

The objective of this research is to give an account of the dynamics of the audiovisual sector in Argentina. Among its contributions is the possibility of thinking about the configuration of the Expanded Audiovisual Space, derived from the emergence and expansion of technologies that have broken inertia in different cultural industries.

As the project works from the critical perspective of political economy of communications, methodological tools of the administrative area and public policies were used, as well as conceptual and indicator-generative matrices that allowed accounting for concentration levels, actors' strategies reading, mezzoeconomic aggregates such as branch, sector and industry, in addition to in-depth interviews with key stakeholders.

The path involved systematizing the regulatory decisions of the essential sectors of the Expanded Audiovisual Space during the two terms of President Cristina Fernández de Kirchner and the first year of Mauricio Macri.

The changes can be classified in technological, economic and political. Each of them impacts in a different way in the Expanded Audiovisual Space. The regulations approved during the period under study do not respond to a comprehensive and planned set of measures, but in some issues they are even contradictory in their forms: minor changes related to a rule that establishes the most durable public policy in the sector (Cinema); a law with a democratic process in its origin and approval (Law on Audiovisual Communication Services); a specific Decree that assigns a central role to the State (Open Digital Television) and a law proposed by the National Executive Power, with no indication of citizen participation and with aspects to be defined in its regulation (*Argentina Digital*).

The ways of producing and distributing contents in the audiovisual space are changing. New strategies of financing content production are identified (agreements between TV channels, producers and OTT distributors); narrative structures change to attract more active audiences and strategies linked to other platforms (profiles on social networks, ways of prosumer's audience involvement, etc.). The emerging development of complementary platforms of distribution (e.g. the Flow! case in the corporate group *Clarín*) is another indicator of the studied changes.

Keywords: political economy; audiovisual sector; market; public policies