

TELEVISION COMBATIVA ABIERTA

**Análisis de la apertura a medios sin fines de
lucro en la Televisión Abierta Argentina.
El caso de Barricada TV.**

Tesista: Alejandro Manias

Dirección: Lucila Dattilo

**- Universidad Nacional de Rosario -
- Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales -
- Licenciatura en Comunicación Social -
- Rosario, Junio 2017 -**

Universidad Nacional de Rosario

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

Escuela de Comunicación Social

TELEVISION COMBATIVA ABIERTA

Análisis de la apertura a medios sin fines de lucro en la
Televisión Abierta Argentina. El caso de Barricada TV.

Alejandro Manias – Legajo M-2511/9

Dirección: Lucila Dattilo

Tesina de Grado

Licenciatura en Comunicación Social

Rosario, junio de 2017

ABSTRACT

Esta tesina reflexiona sobre el fenómeno que implica, a nivel cualitativo e interpretativo, la apertura en la Televisión Digital Terrestre Abierta a señales televisivas calificadas por la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual como “sin fines de lucro”. Se buscará analizar, principalmente en el caso del canal *Barricada TV*, el aporte de su funcionamiento al plano cultural y social de sus comunidades de alcance en el escenario televisivo actual, caracterizado por una fuerte concentración mediática.

La primera parte del trabajo consistirá en introducir al lector respecto al panorama general de la Televisión Abierta en la Argentina, su carácter concentrado y simbólica e históricamente comandado por tan solo cierta cantidad de canales provenientes de capitales empresariales; junto con la necesaria conceptualización para su abordaje. En una segunda instancia, se procederá al análisis del fenómeno planteado: se focalizará en el caso de *Barricada TV* a fin de comprender las razones de ser del medio y su afán de construcción de una agenda “contrainformativa”, diferencial a los ya citados comerciales.

PALABRAS CLAVE: Televisión – Concentración – TDTA – Barricada TV – Contrainformación – Alternatividad – Autogestión – Estado

INDICE

1. Introducción.....	1
2. Justificación.....	7
3. Objetivos.....	9
4. Marco Teórico.....	10
4.1. Televisión: definiciones y consideraciones.....	10
4.2. Televisión Digital Terrestre, Abierta a nuevas voces.....	13
5. Marco Metodológico.....	18
6. Presentación y análisis del caso.....	21
6.1. Historia y surgimiento de la señal.....	21
6.2. Objetivos y conformación.....	24
6.3 Estética y construcción de una agenda contrainformativa.....	27
6.4. Programación.....	30
7. Conclusión.....	37
8. Bibliografía utilizada.....	42
9. Anexos.....	47
9.1. Entrevista a Natalia Vinelli.....	47
9.2. Planilla N° 6: Grilla de Programación.....	59
9.3. Planilla N° 7: Descripción de la Programación Propia.....	63
9.4. Planilla N° 7: Descripción de la Programación Independiente (Selección).....	89

1. INTRODUCCION

La Televisión, en nuestro país, ha sido forjada históricamente mediante el impulso privado y/o estatal. Krakowiak, Mastrini y Becerra (2012) citan a Enrique Bustamante (2003) para describir que en Argentina el sector audiovisual ha tenido una estructura marcadamente comercial con predominio de prestadores privados, empresas estatales de medios controladas directamente por los Gobiernos con escasa repercusión en las audiencias, y una fluctuante intervención del poder político en los contenidos informativos.

Los autores agregan, también, que en el país el desarrollo de la televisión analógica fue particular: a excepción de *Canal 7*, no existen operadores de alcance nacional. Esto se debe a que, en la década de 1950 –años de las primeras emisiones televisivas al aire-, se decidió fragmentar el sistema para impedir que un grupo mediático tuviera alcance nacional. Una medida con poco éxito, ya que la programación de los operadores provinciales dependía de la compra de material a las señales de Buenos Aires. Luego, en la década de 1990, muchas emisoras provinciales fueron absorbidas directamente por sus grandes ‘colegas’ de la Capital, dejando en la actualidad un panorama mediático concentrado con preminencia del sector privado empresarial.

A partir de mediados de 2009, este paradigma de concentración primordialmente *conglomerada*¹ –buscando la diversificación fuera de la rama de origen para reducir y compensar riesgos creando sinergia- parece, de a poco, comenzar a resquebrajarse para propiciar cierto espacio y abrir terreno a voces de naturaleza y constitución diferenciales a las anteriormente nombradas. Esto se da debido a ciertas políticas públicas, como ser, la adopción del estándar denominado ISDB-T (Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial) para la creación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre

¹ Becerra, M. y Mastrini, G. (2008). *Concentración de medios*. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

(SATVD-T). Dicho modelo se adoptó en coordinación con Brasil, que se oficializó el 1 de septiembre de 2009 con la publicación del Decreto 1148/09.

Una vez creado el SATVD-T se compone el Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre bajo la órbita del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, disponiendo de la creación de un Foro Consultivo, que podrá estar integrado por representantes del sector industrial, de los trabajadores, de la comunidad científica y tecnológica nacional, de los medios de radiodifusión, de las asociaciones de usuarios y consumidores, y cualquier otro sector social que sea invitado al mismo.

Se estableció, también, el plazo de diez años para realizar el proceso de transición de la televisión analógica al SATVD-T, para lo cual se realizó una considerable inversión en infraestructura con la instalación -hasta la actualidad- de 88 torres de transmisión ubicadas entre las 23 provincias y la C.A.B.A., que logró que un 85% del total de la población pueda recibir la señal de forma gratuita; el reparto por comodato de decodificadores que garanticen la recepción del nuevo dispositivo hacia los sectores más humildes de la ciudadanía entre beneficiarios de planes sociales y pensiones no contributivas, jubilados que cobran el haber mínimo, asociaciones sin fines de lucro y cooperativas; y el fomento a la producción federal de contenidos audiovisuales, subdividido en cuatro programas: de integración regional; para la promoción de contenidos; para el desarrollo de Bancos de Contenidos Audiovisuales Digitales y del Árbol de Contenidos Universales Argentino (BACUA-ACUA); y para la articulación y desarrollo de las señales digitales públicas y de gestión privada sin fines de lucro.

Complementariamente, se producen acontecimientos importantes y trascendentes en el campo de la Comunicación, como ser la sanción, el 10 de octubre de 2009, de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual², plexo normativo que deroga el Decreto/Ley N° 22.285 de Radiodifusión, sancionado el 15 de septiembre de 1980. Como primer aspecto a destacar en el presente trabajo respecto a la citada Regla, es la

² Sancionada por amplias mayorías: 146 votos afirmativos en la Cámara de Diputados y 44 en Senadores.

introducción del sector privado sin fines de lucro como prestador³; dividiendo así el espectro radioeléctrico en tres partes iguales entre los oferentes previstos.

Dicho reconocimiento se logró como resultado de una lucha llevada a cabo por organizaciones sociales, sindicatos de prensa y demás Foros y Espacios que nuclearon a radios y canales alternativos, populares y comunitarios, en búsqueda de su reconocimiento legal por parte del Estado. También, dicha inclusión corresponde a los objetivos que presenta la Norma, entre ellos, la promoción del federalismo; de la expresión de la cultura popular y el desarrollo cultural, educativo y social de la población; la participación de los medios de comunicación como formadores de sujetos, de actores sociales y de diferentes modos de comprensión de la vida y del mundo; considerando a la comunicación como una *actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones.*

Acorde a esta pauta, en junio de 2011 se realizan los primeros llamados a concurso público⁴ para la adjudicación de 220 licencias en todo el país para la explotación de una señal en la Televisión Digital Terrestre Abierta (TDTA) en la adoptada norma ISDB-T a personas físicas o personas de existencia ideal con y sin fines de lucro.

Dichos concursos no tuvieron el resultado esperado en torno a la convocatoria lograda; de hecho, diversas organizaciones sociales manifestaron su rechazo a las resoluciones por declararlas restrictivas. Según aquellas, en sus Pliegos de bases y condiciones se daba un tratamiento no diferenciado a los prestadores comerciales de los alternativos y comunitarios. Para tomar un ejemplo, el Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias calificó de '*impagables*' los valores de los pliegos: al menos para la C.A.B.A., viraban de los 70 mil a los 140 mil pesos. Alegaron también por

³ En el Decreto/Ley 22.285 de Radiodifusión sólo se postularon dos tipos de prestadores: "*a) Personas físicas o jurídicas titulares de licencias de radiodifusión, adjudicadas de acuerdo con las condiciones y los procedimientos establecidos por esta ley; b) El Estado Nacional, los estados provinciales o las municipalidades, en los casos especialmente previstos por esta ley*".

⁴ Resoluciones N° 685/11 y N° 686/11 publicadas en el Boletín Oficial.

“una diferencia que nos iguale”, definiéndose como “medios de gestión social, que se sostienen con militancia, participación de la comunidad y las organizaciones populares”⁵. Natalia Vinelli, docente de la UBA y participante de la creación de *Barricada TV* (canal integrante del Espacio), en su investigación *La televisión desde abajo: historia, alternatividad y periodismo de contrainformación* (2014), expone que lo que se le reclamaba al Estado era que se garantizara el 33 por ciento para todos y se creara un plan de promoción y fomento para ese sector en lugar de exigirle sustentabilidad a priori, que contemplara la historia particular del sector en el país, marcado por el padecimiento de decomisos y persecuciones en los ‘90 por ser considerado ‘ilegal’.

Como resultado de esta lucha, en 2013 se avizora la creación del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA), un mecanismo diseñado por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual para hacer efectiva la implementación del artículo 153 de la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, el cual le da al Estado la facultad de “*implementar políticas públicas estratégicas para la promoción y defensa de la industria audiovisual nacional [...] deberá adoptar medidas destinadas a promover la conformación y desarrollo de conglomerados de producción de contenidos audiovisuales nacionales para todos los formatos y soportes [...]*”. Tiene un carácter fuertemente redistributivo, ya que el Fondo se nutre del 10% del total de los gravámenes y multas recaudados por la Autoridad de Aplicación y ‘fomenta’ procesos de actualización tecnológica y de producción de contenidos de los actores sin fines de lucro y de comunidades de pueblos originarios.

El FOMECA funciona a través de distintas convocatorias a concurso público, lo que garantiza la participación de los diversos sectores de la comunicación y de las provincias de

⁵ Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias. (2011). *Televisión Digital: ¿Para quién es la democratización?* Recuperado el 20 de septiembre de 2016, del sitio web del Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias:
<https://drive.google.com/file/d/0BwdUFm2EGRiIdTdOaC1xRzU3OFk/view>

nuestro país mediante la intervención del Consejo Federal de la Comunicación Audiovisual⁶.

Posteriormente, en mayo de 2015, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA)⁷ comenzó a recibir ofertas de los llamados a concurso para la explotación de frecuencias de TDTA, en el marco de un proceso de licitación público para la adjudicación de dichas señales a prestadores de gestión privada con y sin fines de lucro⁸. Este concurso sí tuvo una mayor aceptación y convocatoria, ya que además de que los valores de los pliegos eran menores –dependiendo de la zona o la provincia, los de menor alcance viraron desde los 6 mil a los 25 mil pesos-, se encontraban ya en funcionamiento mecanismos y fondos de financiamiento que hicieron posible una mayor planificación y armado de propuesta por parte de los postulantes.

A fin de presentar y analizar el proceso nombrado anteriormente, la actual tesina se estructura en nueve apartados principales. A la presente trama introductoria, le sigue la Justificación del tópico trabajado y las inquietudes que generaron su investigación. Luego, se describirán los Objetivos que comandaron y estructuraron la misma; seguidos del Marco Teórico, contenedor de los conceptos y categorías con las que se operó analíticamente en pos de cumplir con las metas propuestas anteriormente.

Sumado a esto, se encuentra el Marco Metodológico que describe la manera en la cual se llevó a cabo la investigación, junto con el material sometido a análisis y, posteriormente, la Presentación y Análisis del Caso, donde se encontrará la debida explicación y descripción del fenómeno tratado, focalizando en el caso específicamente sometido a análisis en esta presentación. Finalmente, se encontrará la Conclusión, a modo

⁶ *¿Qué es el FOMECA?* (2014, mayo 5) Recuperado el 20 de septiembre de 2016, de <http://politicasdecomunicacionfce.blogspot.com.ar/2014/05/que-es-el-fomeca.html>

⁷ Organismo descentralizado y autárquico creado por el Artículo 10° de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, como autoridad de aplicación de la misma; disuelto el 4 de enero de 2016 mediando el Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) N° 267/15.

⁸ Resolución N° 39/15 publicada en el Boletín Oficial.

de cierre del proceso analítico; seguida del listado de Bibliografía consultada; y, por último, los Anexos que contendrán material adicional y ampliatorio.

2. JUSTIFICACION

El interés por la temática de la presente tesina reside en la necesidad de investigación respecto a la puesta a punto de emisoras alternativas de televisión en abierto, en el pase a la legalidad y legitimación jurídica de su funcionamiento.

La observación del crecimiento y el accionar de dichas señales en diversos soportes mediáticos –como ser, plataformas de streaming, sitios web y redes sociales-, junto con un acercamiento de índole participativo y práctico a la comunicación comunitaria que data desde 2011, funcionaron de inspiración al momento de la elección de un tópico para la actual presentación. La vacancia de cierta bibliografía académica que se ocupara de dicho fenómeno comunicacional actuó, también, como aliciente para la exploración de las experiencias comunicacionales nombradas.

Al mismo tiempo, el llamado a licitación de un servicio de TDTA en el marco de la Resolución N° 39/15 adquiere importancia a nivel histórico, por una parte, respecto a la renovación que supone, en más de 45 años, de la grilla disponible de canales de recepción del tipo hertziana⁹ en el territorio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, como es el caso; y también porque es la primera vez que organizaciones sociales sin fines de lucro se presentan y, consecuentemente, logran la adjudicación para la instalación, funcionamiento y explotación de una señal de Televisión y alcanzar, asimismo, la plena legalidad y reconocimiento de sus actividades, por parte del Estado, en el ámbito de la comunicación audiovisual.

Dicho acontecimiento, además, suma relevancia a nivel cualitativo en torno a la apertura que propone del espectro radioeléctrico -tendiente a una desconcentración del mismo- a experiencias televisivas provenientes de asociaciones civiles u organizaciones

⁹ Modalidad tradicional, que emplea frecuencias radioeléctricas para su difusión, y que continúa siendo la principal red de acceso a la TV para 478 millones de hogares en todo el mundo, lo que equivale al 40% de los hogares con televisor.

sociales cuyos fundamentos y objetivos de base no parten desde el afán del lucro, en un ámbito como el de la Televisión en el que prima, principalmente, el fin comercial. Se constituyen así en frecuencias totalmente disímiles, desde su estética, programación y presentación de contenidos, al resto de las cadenas ya presentes y en funcionamiento, desde hace décadas, en la televisión abierta argentina.

Por estas razones, resulta interesante y necesario explorar y analizar el resultado de la nombrada experiencia para comenzar a entender, lo que parece ser, el comienzo de una reconfiguración de la oferta televisiva de recepción terrestre; junto con una acción tendiente a democratizar el espectro radioeléctrico con la inclusión de nuevos actores en el mismo.

3. OBJETIVOS

El presente trabajo se propone como objetivo general la tarea de analizar el cambio de paradigma televisivo que implica la apertura, por parte del Estado, de la grilla de Televisión Digital Terrestre Abierta a señales surgidas de experiencias alternativas, populares y autogestionadas; el aporte de su existencia en el plano mediático y cultural de la sociedad civil y sus comunidades de alcance, a partir del estudio de caso del canal *Barricada TV*.

A partir de este objetivo general, se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- Explorar los fundamentos de la Propuesta Comunicacional de *Barricada TV*, sus objetivos de base, su vinculación con su comunidad de alcance, la conformación, gestión y programación de la señal, en vistas a la transición sistemática de transmisión analógica a digital.
- Dilucidar, dentro de la programación de *Barricada TV*, la construcción de una agenda ‘contrainformativa’ y los criterios de noticiabilidad con los que opera.

Planteadas dichas metas, se procederá a un análisis de la puesta en funcionamiento de la TDTA por parte del Estado, su alcance y potencialidad; seguido de la introducción al caso seleccionado para el análisis y la puesta en común de sus objetivos y fundamentos relativos a la programación y estética propia del canal.

4. MARCO TEORICO

4.1. Televisión: definiciones y consideraciones

En el presente trabajo, se adopta una noción de televisión como la define Enrique Bustamante (2012), no por el aparato receptor en sí, sino en cuanto espacio masivo de producción de mensajes y como estrategia de un flujo masivo de mensajes audiovisuales integrado en múltiples redes y soportes.

De modo que dicho ‘espacio de producción’ se encuentra determinado, citando a Armand Mattelart (2010 [1979]), por cierto *modo de producción* -determinante de la manera en que se elaboran e intercambian los mensajes- que se corresponde con los mecanismos generales de producción e intercambio que condicionan toda actividad humana en una sociedad capitalista: incluye los instrumentos de producción, métodos de trabajo, y relaciones establecidas entre los individuos en el proceso de comunicación -de propiedad, entre emisor y receptor, división técnica del trabajo, etc.-.

Por lo que la televisión no escapa de (en tanto, se encuentra conformada por) una superestructura político jurídica -el Estado, las leyes, etc.- y una superestructura ideológica -el sistema de ideas, imágenes y sensibilidades que naturalizan una forma de comunicación como la única posibilidad-; así es que los conceptos y prácticas relacionadas con la libertad de prensa y expresión y el trabajo periodístico le dan un marco particular al ejercicio de la profesión, legitimando su *función de reproducción de las relaciones sociales dentro del modo de producción capitalista*.

El sociólogo Pierre Bourdieu manifestó (1997) de qué manera el campo económico somete y determina el campo periodístico televisivo produciendo ciertos “mecanismos que hacen que la televisión ejerza una forma particularmente perniciosa de violencia simbólica” (1997: 21). Esta actitud es definida por el autor de la siguiente forma:

La violencia simbólica es una violencia que se ejerce con la complicidad tácita de quienes la padecen y también, a menudo, de quienes la practican en la medida en que unos y otros no son conscientes de padecerla o practicarla. [...] Una parte de la acción simbólica de la televisión [...] consiste en llamar la atención sobre unos hechos que por su naturaleza pueden interesar a todo el mundo, de los que cabe decir que son *para todos los gustos*. Se trata de hechos que, evidentemente, no deben escandalizar a nadie, en los que no se ventila nada, que no dividen, [...] pero que por su propia naturaleza no tocan nada importante. (Bourdieu, 1997: 22)

Determinada por cierto ‘modo de producción’ anteriormente descrito, la suma de los auspiciantes comerciales, la pauta oficial, y también el índice de audiencia que sintoniza un canal proponen la grilla de programación, lo que se ‘muestra’ o lo que no. A lo largo de su exposición, Bourdieu presenta otro ‘mecanismo’ televisivo, uno más implícito, el *ocultar mostrando*: cuando se informa algo, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o se lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad. (1997: 24)

El autor adjudica esta y demás actitudes del campo televisivo, y más precisamente el campo periodístico, a la influencia y poder del mercado de anunciantes, pautas y audiencias y en las exigencias que éstos ejercen sobre los cronistas y sobre los diferentes espacios de producción cultural -a través de los mismos periodistas-.

El grado de autonomía de un medio de comunicación se mide, sin duda, por la parte de sus ingresos que provienen de la publicidad o de la ayuda del Estado (en forma de publicidad o de subvenciones), así como por el grado de concentración de los anunciantes. Por lo que al grado de autonomía del periodista particular se refiere, depende, [...] del grado de concentración de la prensa; [...] de la posición de su periódico en el espacio de los periódicos [...]; y por último, de su capacidad de producción autónoma de la información [...]. (Bourdieu, 1997: 103)

Frente al modelo presentado en los párrafos anteriores, la Televisión caracterizada como alternativa, popular, comunitaria y autogestionada, se levanta con ciertos principios estructurales que se diferencian de manera exponencial a los presentes en el modelo de TV empresarial y comercial. El ‘nuevo’ paradigma se presenta con la *colaboración* y la *solidaridad* como las bases para su funcionamiento (Vinelli, 2014).

Son ‘bases’ o ‘puntos de partida’, justamente, y no fines en sí mismos ya que la alternatividad, según sus propios autores, se realiza en la práctica y no es posible conceptualizarla como un “a priori”. Citando a Armand Mattelart y a Jean-Marie Piemme (1981), Natalia Vinelli (2014) propone entender la comunicación alternativa vinculada a la producción de nuevas relaciones sociales; ubica a la televisión frente a lógicas de reproducción y transformación, y lejos de ser tecnológicamente “neutra” aparece como espacio de contradicciones y [...] soporte de unas relaciones nuevas que se traducen en una práctica, un funcionamiento y un discurso *contrainformativo*.

Para introducir a esta nueva categoría analítica, es necesario definirla -de acuerdo a Vinelli (2014)- no sólo como el proceso de dar vuelta la información hegemónica sino también, y sobre todo, a las maneras en que los medios populares forman sus propias agendas y construyen otra subjetividad:

[...] podemos concluir que la construcción de la noticia va a estar atravesada por una relación diferencial con las fuentes, en términos de militancia y acuerdos políticos, y por un ejercicio del periodismo recreado a partir de la participación y las necesidades de intervención política, dando lugar a géneros marcados por la urgencia o a trabajos más reflexivos, de acuerdo con la coyuntura. Lo mismo sucede con la programación, que responderá a los objetivos que hacen a la razón de ser del medio y a la cosmovisión de mundo de los sujetos y grupos involucrados. (2014: 66-67)

Dicha concepción alternativa de comunicación y de ejercicio periodístico refiere también a lo que Washington Uranga (2014) sugiere practicar como ‘proceso’ y no como mero acontecimiento o resultado; “una narración que surge de la experiencia y de la práctica, de la vida cotidiana de los sujetos”, articulando los acontecimientos que se presentan en la pantalla con su respectiva historización y contextualización: “tejer los hechos entre sí, lo cual supone hilvanar la historia de cada uno de los actores sociales desde la narrativa política, social y cultural de la historia colectiva”.

Enraizada en la dimensión del ámbito ‘local’ –pueblo, ciudad o comuna-, permite “*ser*” y mostrar a los actores tal cual son en su propio territorio, con una construcción informativa y comunicacional propia, desde la producción hasta la recepción; entendiendo la actividad como constructora del bien común. Hacedora de ciudadanía, en otras palabras, dentro del espacio público: lugar y ámbito de acción concreto donde los derechos y garantías de todos adquieren visibilidad y se ejercen.

Todo este viraje conceptual, hasta aquí propuesto, funcionará como herramienta para el análisis de la confección de la programación de Barricada TV, sus criterios para el armado y transmisión de coberturas en vivo y producción de contenidos en diferido. Servirá, también, para entender a la comunicación alternativa dentro de su propio territorio, comprender su propia racionalidad y matrices socioculturales, para operar a partir de allí y contrastar con los modelos y prácticas propias de la Televisión de índole comercial y lucrativa.

4.2. Televisión Digital Terrestre, Abierta a nuevas voces

Una de las razones por las cuales algunos autores fundamentan la puesta a punto, inversión en infraestructura y fomento a la producción digital por parte de los Estados en América Latina y Europa, es por un mejor aprovechamiento del espectro radioeléctrico para más de un servicio a la vez, como ser el de la Televisión o las telecomunicaciones. La decisión del gobierno argentino de propiciar cierta porción de espectro a la TV puede interpretarse como una acción destinada a desconcentrar de las empresas de

telecomunicaciones las redes de fibra óptica y abrir el campo a una oferta televisiva de mayor calidad técnica, de fácil recepción a diversos estratos sociales, entendiendo también al dispositivo televisivo definido anteriormente como un espacio de producción e intercambio de mensajes audiovisuales.

Enrique Bustamante (2012 [2008]), luego de revisar la política audiovisual de la Unión Europea, reconoce algunos argumentos que aunaron la adopción de la TDTA allí: el acceso universal a una oferta multicanal; la oportunidad de revitalizar y adaptar las misiones del servicio público de televisión; la ocasión de dar entrada a nuevos actores en el sistema televisivo, lo cual generaría un mayor pluralismo mediático; la oportunidad para generar una potente industria de producción independiente.

Se refuerza en este trabajo una de las oportunidades anteriormente descritas por Bustamante, referida al ingreso de ‘nuevas’ voces o colectivos a la grilla televisiva, provenientes de experiencias de televisión alternativas; como la de Diego Gusmerini, responsable de *Pares TV* de Luján, medio líder en desarrollo técnico entre las emisoras comunitarias, que apunta que el progreso de la TDTA se reveló también como un sistema estable y eficaz para el desarrollo de las televisoras locales: “Funciona con calidad y no nos exige un mantenimiento fuera de nuestras posibilidades”¹⁰. Todo este proceso genera cierta fisura en el entramado mediático forjado por el impulso privado y comercial, como se expuso en un primer momento, y definido por muchos académicos y economistas políticos de medios como un ámbito caracterizado por una manifiesta concentración mediática.

Para introducir esta categoría analítica al presente escrito, con la cual se operará a modo de representación del escenario del panorama televisivo actual, se la definirá tal cual precisa Martín Becerra (2015), como un proceso que alude a la incidencia de las mayores empresas de una actividad económica en su cadena de valor: a mayor presencia de una empresa, menor incidencia del resto. Desde esta perspectiva, argumenta, el extremo al que pueden conducir los procesos de concentración es la tendencia de los mercados a configurar

¹⁰ Télam. (2016, Octubre 22). *Antena Negra, Barricada, Pares y Urbana Tevé, cuatro experiencias de comunicación alternativa*. Consultado el 24 de octubre de 2016, de <http://www.telam.com.ar/notas/201610/167984-tv-comunitaria-alternativa.html>

regímenes de oligopolio o de monopolio, donde una o unas pocas empresas de gran dimensión ocupan la totalidad del mercado, de manera que reducen las opciones disponibles.

[...] La concentración es una respuesta a la aleatoriedad de los mercados y constituye un reaseguro frente a los procesos de una configuración cada vez más compleja de mercados; [...] la diferencia (de capital) no se logra necesariamente en torno de la innovación, sino a partir de una captura de márgenes de rentabilidad que aseguren la capitalización y renovación de la base productiva. (2015: 49-50).

¿Hay alguna relación entre concentración mediática y libertad de expresión? Para explicar esta dualidad, es necesario recurrir a lo que el autor describe como una *doble significación* de los procesos de concentración en el caso de las actividades ligadas a la comunicación, la información y la cultura: a la situación económica debe añadirse la importancia simbólica de los bienes inmateriales que esas actividades producen. Junto con Guillermo Mastrini, los investigadores han argumentado que la principal característica de los productos culturales es que “su cualidad esencial, de la que deriva su valor de uso, es inmaterial, por ser un contenido simbólico transportado por algún soporte. [...] la esencia de su sentido, del cual deriva el valor de las transacciones culturales, es la novedad” (2008).

De acuerdo con la *concepción liberal*, proclamada por los sectores del empresariado de medios latinoamericano -como ser, la Sociedad Interamericana de Prensa-, es cuestionada la regulación legal en el área de la comunicación al apelar que el sistema de medios, en lo económico, tiende a la concentración y que las economías de escala, inherentes a todas las industrias culturales, son necesarias para innovar en productos y contenidos. Dicho punto de vista se apoya en teorías económicas como la del académico Joseph Schumpeter, que sostenía que ciertos niveles de concentración industrial podían estimular, durante plazos específicos, la innovación tecnológica para la cual se precisa cierta escala económica: mientras se garantice que no exista abuso de posición dominante

de los actores concentrados, éstos podrían invertir una porción de sus ingresos en mejoras tecnológicas. Los colectivos defensores de esta corriente evocan los citados aportes para argumentar que cierto grado de concentración puede ser un requerimiento para la producción de noticias y contenidos culturales ‘de calidad’.

La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA precisa, en su Declaración de Principios:

Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos. [...] En la sociedad actual, los medios de comunicación masiva, [...] tienen un innegable poder en la formación cultural, política, religiosa, etc. de todos los habitantes. Si estos medios son controlados por un reducido número de individuos, o bien por sólo uno, se está, de hecho, creando una sociedad en donde un reducido número de personas, ejercen el control sobre la información, y directa o indirectamente, la opinión que recibe el resto de las personas. Esta carencia de pluralidad en la información es un serio obstáculo para el funcionamiento de la democracia. La democracia necesita del enfrentamiento de ideas, del debate, de la discusión. (OEA, 2000)

Es adecuado, por tanto, asumir que el nombrado proceso de incorporación de canales alternativos, enraizados en experiencias populares y comunitarias, significa cierto quiebre del sistema compuesto y concentrado por empresas de capital privado y cuyo fin único es la ganancia comercial. Representa la posibilidad de permitir la “construcción de una nueva subjetividad transformadora”, en permanente disputa al sentido común dominante, que visibilice otros caminos y propuestas para una nueva sociedad, un ‘enfrentamiento de ideas’ propicio para reafirmar y reforzar una sociedad democrática, tal cual precisa la CIDH.

También revela que, para producir contenidos de ‘calidad’ y lograr cierto sostenimiento de una señal en el tiempo, no es necesaria la existencia de grandes capitales de índole empresarial ni multinacional; sino que es posible debido a la cooperación mutua entre actores sociales representados por organizaciones, agrupaciones barriales, productoras audiovisuales independientes y autogestionadas que se fundan y funcionan acorde a criterios singulares, que se describirán a fondo en las páginas subsiguientes.

S. MARCO METODOLOGICO

En el presente trabajo se plantea un abordaje metodológico inscrito en el paradigma interpretativo, de carácter cualitativo, en concordancia con los fines exploratorios que le son propios; dispuesto a realizarse a partir de los conceptos y categorías analíticas anteriormente descritas. Dicho diseño se aplicó debido a que nos encontramos en presencia de una problemática que, en palabras del autor Jorge Padua (1979: 31) “no está suficientemente desarrollada”. Por otra parte, como en toda labor exploratoria, pretendemos sólo establecer una aproximación al objeto estudiado (Padua, 1979).

Tal como describe Irene Vasilachis de Gialdino (2006), la investigación cualitativa busca comprender los fenómenos y la realidad de los actores intervinientes en su propio territorio, analizar su cosmovisión desde las perspectivas que postulan estos mismos, por sus sentidos, sus experiencias, sus conocimientos y relatos. Por lo tanto, se plantea una serie de objetivos de índole exploratorios, buscando analizar los casos empíricos en constante relación con la teoría y con su contexto de realización; hacerlos significativos, proveer nuevas perspectivas sobre lo que se conoce, describir, explicar, elucidar, construir y descubrir.

Lejos de pretender hallar una verdad absoluta, matemática, y de adentrarnos en el mundo de los datos estadísticos, creemos que, en el campo de las ciencias sociales, los fenómenos no pueden ser vistos independientemente de los sujetos que los experimentan y los observan. De esta manera, adherimos a las palabras de Pierre Bourdieu (1968: 51) cuando cita a Saussure en “El oficio del sociólogo” y soslayamos la tesis que él sostiene: “El punto de vista crea el objeto”. Así, sujeto y objeto de investigación no pueden ser vistos separadamente.

El material sometido a análisis está conformado por:

- El Aspecto Comunicacional del Contenido de la Propuesta presentada por *Barricada TV* a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual al

momento del concurso. Dicho material está compuesto por el Marco General de la Propuesta, la Descripción y Origen de la Programación, y sus Antecedentes y Arraigo con su comunidad de alcance.

- La Planilla N° 6 de la Propuesta, correspondiente a su Grilla de Programación.
- La Planilla N° 7 de la Propuesta, correspondiente a la Descripción de la Programación, propia e independiente.
- Entrevista personal realizada a Natalia Vinelli: es necesario describirla como una informante clave ya que ésta participó en el canal desde las primeras transmisiones y sigue siendo una de las responsables y referentes más notorias de *Barricada TV*; sumado a su trabajo como investigadora de la Comunicación y, más precisamente, teorizando sobre la Televisión caracterizada como alternativa, popular y autogestionada.

Las técnicas de recolección de información utilizadas se basaron en búsquedas de archivo de los documentos anteriormente nombrados, brindados por el mismo Canal. La entrevista en profundidad realizada se hizo necesaria a fin de cumplimentar la información detallada en los nombrados documentos.

La planificación de la misma está enmarcada en los criterios propios relativos al abordaje interpretativo propuesto, con un cuestionario abierto y descriptivo para construir los marcos de referencia de los actores intervinientes (Guber, 1991). Pensada, a su vez, como una experiencia, planteada para ir más allá de la descripción, buscando relaciones a partir de las cuales conocer algo más del caso sometido a análisis (Frutos, 1997). Además, procuramos tener en esta investigación una “perspectiva holística”: “las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo” (Taylor y Bodgan, 1986: 20). Destacamos pues, la importancia del contexto en que se sucedieron los acontecimientos del intervalo temporal elegido, para llevar a cabo este trabajo.

Descrito lo anterior, es necesario describir que se piensa a la ciencia como un campo dinámico, que cambia constantemente y cuyo objeto, en términos ideales, debe ser resolver

problemas propios de una sociedad. Las investigaciones científicas responden a intereses de ciertos grupos o comunidades específicas y están imbuidas por cierta coyuntura histórica de su realización. Sumado a esto, es necesario advertir que, metodológicamente, esta investigación no obedecerá a reglas estrictas y rígidas. Pese a esta suerte de flexibilidad, que consideramos fructífera a los fines de este trabajo, bregaremos por no perder jamás la rigurosidad precisa para todo trabajo científico.

6. PRESENTACION Y ANALISIS DEL CASO

6.1. Historia y surgimiento de la señal

Barricada TV es definido por sus integrantes como un canal alternativo, popular y autogestionado; que transmite de manera ininterrumpida, en frecuencia analógica, desde el 10 de marzo de 2010.

Su torre de transmisión se encuentra instalada en el 4to Piso del edificio de Industrias Metalúrgicas y Plásticas Argentina (IMPA) ubicado en Querandíes 4290, en el barrio de Almagro, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dicha empresa tiene el crédito de ser, en la Argentina, la primera fábrica recuperada por sus propios trabajadores en mayo de 1998, convirtiéndola en una Cooperativa que luego abrió sus puertas a diversas actividades comunitarias, organizando encuentros, ferias, puestas teatrales, fotográficas, entre otras acciones expresivas que hoy continúan. En 1999, se incorporó el Centro Cultural; en 2004, el Bachillerato Popular; en 2010, la Universidad de los Trabajadores; y, en 2012, el Museo IMPA¹¹.

El canal es gestionado por la Asociación Civil Trabajo, Educación y Cultura que, desde 2005, desarrolla emprendimientos sociales y comunitarios que apuntan a la promoción social, cultural, comunicacional y deportiva de niños, jóvenes y adultos; fomentando actitudes solidarias e inclusivas y la coordinación con otros espacios comunitarios comprometidos con la transformación, la autogestión y el trabajo colectivo.

Desde su fundación, la Asociación desarrolla emprendimientos productivos para el auto sostenimiento de sus integrantes –fruto de esto son los talleres “Textiles solidarios” y la “Cooperativa Gráfica El Río Suená”- y, desde 2007, se decidió profundizar la formación alrededor de herramientas comunicacionales, puntualmente el audiovisual. “La frecuencia surge en el contexto del movimiento piquetero en el post 2001, cuando con algunos

¹¹ Etapas de Desarrollo de IMPA. (n. d.). [Captura 8 de mayo de 2016. 19:15 hs.] Consultado el 8 de mayo de 2016, Universidad IMPA de los Trabajadores, página web Institucional: <http://universidadimpa.wix.com/universidadimpa#!historia-de-impa/cww>

compañeros y compañeras empezamos a hacer emisiones itinerantes de ‘televisión piquetera’ en los barrios, y a partir de ahí empezamos a trabajar para poder instalarnos efectivamente como un canal de televisión” (N. Vinelli, entrevista radial, 18 de septiembre de 2014). Dichas emisiones se realizaron en barrios como San Rudecindo, en Florencio Varela; San Francisco Solano, Ezpeleta y Flores, en la C.A.B.A.

Con la herencia del ‘cine militante’ de los años ’60 y ’70 en la Argentina –como ser, Cine de la Base, integrado por Raymundo Gleyzer, Alvaro Melián y Nerio Barberis, entre otros; y Cine Liberación, cuyos principales exponentes fueron Fernando Solanas y Octavio Getino-, se conformaron en el país distintos colectivos de documentalistas ‘militantes’ tras el estallido social del 19 y 20 de diciembre de 2001, por la defensa de un periodismo comprometido con los sectores excluidos del modelo neoliberal.

Como fruto y consecuencia de dichas labores audiovisuales ambulantes, el equipo que primeramente conformó la ‘semilla’ de lo que actualmente es *Barricada TV*, argumenta que lo que empezaron a ver, en ese momento, era la fortaleza de llegada que tenía la imagen a nivel masas, y los distintos planos que lo audiovisual tiene para interpelar y construir relaciones con sus audiencias: “Empezamos a ver en la Televisión una herramienta mucho más masiva y cercana a la vida cotidiana de las clases y los grupos populares, desde lo argumental y desde las sensaciones que entran en juego”. Al contar sus primeras transmisiones experimentales en los barrios, recuerdan el asombro que se producía entre los vecinos cuando, por ejemplo, veían que se estaba instalando una antena en un poste de luz: “Empezaban a salir y se acercaban a ver qué pasaba; muchas veces eran ellos mismos los que se ponían a *hacer cámara*, se armaba toda la parte tecnológica en conjunto. Lo que pasaba con la gente agarrando la cámara, o ellos mismos poniéndose delante de ella, era una cosa increíble” (N. Vinelli, entrevista personal, 29 de diciembre de 2016)¹².

Tras evaluar el impacto producido por la “*TV piquetera*”, en 2008 la Asociación decidió avanzar en la oferta de seminarios abiertos de formación sobre la democratización de la comunicación y cursos de capacitación en video, lenguaje y producción audiovisual,

¹² Para leer la entrevista completa, ver Anexo 9.1.

al tiempo que participó, también, de los foros de debate sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su reglamentación. Este trabajo, describen, responde al entendimiento del papel que juega la comunicación en el marco de la construcción de poder popular, la ampliación de derechos y el ejercicio de la democracia.

Así es que, acorde con las políticas públicas implementadas en el campo de la comunicación -descritas en el apartado introductorio- y luego de cinco años de transmisión en formato analógico, en mayo de 2015 *Barricada TV* se presentó a concursar por una señal de baja potencia en la Televisión Digital Abierta (Categoría K, con un radio de alcance de 10,3 KM) en el marco del llamado a concurso descrito al comienzo del presente trabajo. También, en su misma categoría y región, se presentó para la adjudicación de dicha señal la propuesta *Cristo la Solución*, sin funcionamiento hasta entonces y proveniente de una fundación que lleva ese mismo nombre.

Dichos proyectos se presentaron para los concursos de licenciatario operador, siendo ese el encargado de poner los equipos para la transmisión y tendrá la responsabilidad de levantar su torre y llevar a dos licenciatarios más que con sus equipos deben llegarse hasta allí para ser multiplexados mediante dicha señal.

Finalmente, el 24 de noviembre de 2015 se le fue otorgada la licencia para transmitir en TDA a '*Barricada*' para explotar la frecuencia 33 y llevar a su torre de transmisión a *Urbana TeVé*, que funciona en la Villa 31. A su vez, otra emisora comunitaria bonaerense, *Pares TV* de Luján, ganó el concurso en su categoría y región para la locación 19 y multiplexar a *Comarca Si*, de Florida.

Sin embargo, durante el plazo mayor a un año, no lograron operar de manera efectiva y total. Esto se debió a que, desde un principio, al menos *Barricada TV* no pudo hacer uso legítimo de su frecuencia por sufrir una interferencia intermitente por parte de *Canal 13/Artear*, perteneciente al Grupo Clarín: en la misma funcionaba, a la vez, la señal 'espejo' del mismo -el cual, aun hoy, sigue sin ser movido-. Luego de un año de protestas, movilizaciones y presentaciones judiciales, el 15 de diciembre de 2016, el Ente Nacional de

Comunicaciones (ENaCom)¹³ le reasignó un nuevo canal a *'Barricada'*, el 32; en el cual, a partir del 27 de marzo del corriente año, comenzaron a realizar las primeras transmisiones en formato de alta definición.

6.2. *Objetivos y conformación*

“Lo que planteamos, desde un principio, es que somos un grupo de militantes que desarrollan tareas en el frente audiovisual. La definición, es primero política y después comunicacional”. Argumentan que el canal no es una organización política ni reemplaza a una: “No tenemos la pretensión de *'tomar el poder'* en la Argentina. Es una señal de televisión, y como tal, no hace la revolución, no se presenta a elecciones, ni organiza un sindicato. Un canal es un canal, que tiene participación, que puede hacer un montón de cosas políticamente en el frente en el cual se desarrolla: el de la comunicación y la cultura”.

Se definen como una Televisión alternativa, popular y autogestionada; y dejan un tanto de lado el término *'comunitaria'* ya que, argumentan, dicha palabra los pone *'incómodos'* porque los limita a una pequeña dimensión territorial. La noción de *'alternativo'*, consideran, tiene que ver con la idea de una alternativa como un proyecto político y el pensar al medio como una herramienta para la construcción de otra sociedad. "A lo *'popular'* lo leemos desde el punto de vista de los sujetos, que son los que tienen la voz en el canal, los trabajadores y trabajadoras, quienes *laburamos* y quienes *vendemos* nuestra fuerza de trabajo, y preferentemente, en eso, grupos que se están organizando, que están saliendo a la calle", explican. Respecto al término *'autogestionado'*, precisan que tiene que ver, justamente, con la ruptura con el modo de producción capitalista, que plantea que hay un patrón que se queda con la plusvalía y empleados que trabajan y ejecutan.

Piensen a la señal como una agrupación en un frente de masas, que necesita y requiere de un tratamiento específico: “Es un canal de TV, pero a su vez hay compañeros y compañeras que participan o participamos en el mismo y a su vez también lo hacemos en

¹³ Creado por el DNU 267/15; que disuelve y unifica la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y la Comunicación.

un espacio de discusión política. Pero ese espacio no es el canal, ni todos los compañeros de éste participan allí, ni aquel es exclusivo de gente de la señal”.

Explican que en ‘*Barricada*’ hay lugar para personas que piensan que hay que construir otra Argentina y que eso se puede hacer desde una perspectiva y una política transformadora, que piensa que el canal puede ser una herramienta para la construcción de poder popular. Pero también, “hay otros compañeros que participan en el canal y toda su militancia es ahí mismo y entienden que la señal es un espacio en el cual pelear por la construcción de una (cierta) mirada del mundo desde la comunicación; y después, hay otros a los que sólo les gusta hacer Televisión, les apasiona la TV comunitaria, *hacer cámara*, mientras que todo lo demás no les interesa”, agregan. Lugar para todos, lugar *de* todos: eso es en lo que deviene *Barricada TV*, espacio de producción, transmisión, discusión y organización tanto de contenidos audiovisuales como políticos.

Montados sus estudios, control y torre de transmisión en uno de los pisos del edificio IMPA, resulta ser no sólo un conjunto de instalaciones escenográficas y técnicas, sino también un espacio de encuentro y de discusión, tanto política como organizacional, entre trabajadores y militantes del canal como también de otras organizaciones que se congregan eventualmente allí: el piso converge en un espacio público; un ámbito de producción cultural. “*Barricada TV* es un lugar enorme que nos quedó chico, porque todo el tiempo viene gente. Eso es efecto de que el estudio tiene ese funcionamiento donde lo público y lo privado deja de tener esa discusión, se convierte en un punto de militancia, de compartir y de encuentro. De encuentro y de procesamiento político, donde te topás con gente, hablás de política, empezás a ver otras cosas, y de ahí salen muchas cuestiones movilizadoras”, explican.

Bajo la misma línea, no es casual la elección de dicho edificio para la instalación del canal: IMPA es un emblema político, sindical y cultural en la Capital Federal; y los valores y principios de cooperación, solidaridad y trabajo son tres conceptos que, a su vez, están presentes en los objetivos de la Asociación. Tal es así, que dicha unión produce una relación indisoluble entre ambas partes, en la cual las problemáticas que atraviesan y definen, en este caso, el movimiento y fenómeno de fábricas recuperadas por sus propios

trabajadores, atraviesan de manera transversal el entramado temático de la señal, que se imprime en su grilla de programación¹⁴.

Instalados en dicho estudio, no obstante, cuentan con una importante presencia en las calles, en constante diálogo con los vecinos, los estudiantes y los trabajadores al momento de cubrir manifestaciones por diversos reclamos a las autoridades o las patronales; también al participar en actividades culturales. “Además del *piso*, nuestro espacio son las calles, las universidades, las fábricas; contando los conflictos pero también contando la producción de cultura y entretenimiento popular, narrando nuestro cine, el que hacen nuestras productoras militantes e independientes, nuestro teatro, nuestro trabajo, nuestra forma de ser y de estar en el mundo, detallando las luchas que se generan cotidianamente, contra los cortes de luz, contra el tarifazo, contra los despidos, por mejores condiciones laborales, por la defensa a las fábricas recuperadas”, y agregan: “Para nosotros el Espacio Público es un espacio de hacer, de expresión, de militancia, y donde nosotros nos construimos y nos definimos como una *herramienta* de comunicación”.

Lo que busca ‘*Barricada*’, a partir de su presencia activa en los reclamos y manifestaciones de trabajadores, es mostrar una visión historizada de dichos conflictos, narrarlos en el fluir de sus causas y consecuencias. Acorde a la concepción de comunicación que propone Washington Uranga (2014), el canal recompone el sentido narrativo de la historia a través de los procesos comunicacionales: articula acontecimientos donde los actores sociales se construyen simbólicamente, son protagonistas e impregnan de sentido el proceso histórico del que son partícipes.

Argumentan que esto permite hacer eje en las razones que movilizan a los colectivos y no en la habitual cobertura mediática que hace de la protesta social un mero problema de tránsito: les preocupa la libertad de expresión en lugar de la libertad de empresa, en el marco del respeto por los esfuerzos militantes. De acuerdo a esto, buscan ‘mostrar’ el conflicto presentando todas sus causas y fundamentos desde el parámetro y la mirada de los trabajadores, de los sindicatos, o de los colectivos de género, según implique

¹⁴ En los siguientes apartados se describirá este aspecto.

el caso, donde su palabra y participación pasa a tomar rigor protagonista; alejándose así de la acción simbólica descrita por Pierre Bourdieu (1997) de ‘ocultar’ los hechos de protesta social al vaciarlos de contenido y darles un sentido distinto al real.

La interpelación a sus audiencias y la invitación a participar en las luchas también es un objetivo al que apuntan con sus transmisiones. “En los ’90, la gran preocupación en la comunicación era que si la TV estaba metida dentro de la casa y dentro del cuarto, la vida pública se perdía en función de lo privado, y entonces la participación popular y ciudadana desaparecería. Frente a todo eso, nosotros decimos que ahora el escenario es mucho peor”, objetan, debido a la convergencia tecnológica y a las diversas maneras que hay, hoy en día, de mirar televisión; tanto con sintonía de aire, a través de aparatos televisores, como vía Internet gracias al servicio gratuito de streaming, o a través de ciertas plataformas o redes sociales como Facebook y You Tube, disponibles fácilmente para dispositivos móviles, como ser, tablets, iPads o smartphones. “Ahora se produce un aislamiento que ya no es con la familia ni necesariamente en una casa, sino que se es uno solo, un individuo solo con una pantalla chiquitita de un celular. Entonces, contra esa individualidad extrema, nosotros decimos *‘vení a hacer otra televisión, poné el cuerpo, salí a la calle, hacéla, tocá, participála’*”¹⁵.

6.3. *Estética y construcción de una agenda contrainformativa*

Respecto a su estética y composición escenográfica, un rasgo característico es la presencia de la impronta de la comunicación alternativa y popular y, fundamentalmente, la propia, cuya identidad se construye alrededor de la idea de la ‘autogestión’. “*Barricada TV* es una señal que está en una fábrica recuperada, y la articulación con la misma y con el grupo de fábricas recuperadas está permanentemente en pantalla en todos los elementos del canal. Nosotros no podemos –ni queremos- pasar de intros, promos y logos donde se ve el mundo del trabajo desde la perspectiva de la clase trabajadora y de pronto pasar a un estudio ‘re cheto’, al estilo *Canal 13*”, argumentan. Para lograr este objetivo, trabajaron con

¹⁵ N. Vinelli, entrevista personal, 29 de diciembre de 2016.

la Cooperativa de Diseño, localizada también en el edificio IMPA, y se preparó la escenografía con materiales fabriles, entre otros elementos alusivos.

La construcción de su agenda también resulta distintiva. Su programación está en consonancia con los valores promovidos desde la Asociación, descritos anteriormente, apuntando así a la construcción de un imaginario cimentado en valores de cooperación, solidaridad, inclusión y participación; con una pantalla amplia y abierta al campo popular y dispuesta a mostrar una realidad que, según ellos, no tiene cabida en los medios comerciales, dando lugar a la construcción de una agenda propia de las clases subalternas. Desde su pantalla buscan priorizar la defensa de la soberanía nacional, la cultura y las expresiones que tienden a la fortalecerla y desarrollarla con diversos aportes desde distintos sectores; ya que también se propone a la señal como un espacio de articulación y diálogo para la incidencia, buscando dar visibilidad a dichos sectores poblacionales que no son representados o resultan tergiversados por los medios comerciales.

La emisora marca su objetivo contrainformacional con la consigna “todas las noticias que en la tele no ves”: con esto, pretende el ejercicio de un periodismo –‘popular’, precisamente- que, según ellos, cambia las preguntas para colaborar con una diversidad de respuestas y apuntar a una nueva construcción de subjetividad transformadora.

Los criterios de noticiabilidad con los que operan son expresión de los objetivos del canal y su visión del mundo: se corren de la ‘inmediatez’ o la ‘espectacularización’ que comandan como consigna en la TV de carácter comercial, para hacer especial hincapié en otras cuestiones, tal cual puntualiza en su investigación Natalia Vinelli (2014), la relevancia social y política de los hechos, más allá de su gravedad; las demandas populares y conflictos, junto con sus razones; las necesidades comunicativas de los protagonistas; la promoción de la militancia y la construcción cotidiana; la memoria histórica; la denuncia; la cercanía; la solidaridad y el fortalecimiento de vínculos entre distintos frentes y organizaciones; el desenmascaramiento de la ideología dominante; y los objetivos políticos propios de los colectivos de comunicación.

Es con ese fin que *Barricada TV*, una señal que practica el modelo noticiable descrito, promueve el diálogo, invita a los promotores de los hechos y políticos a realizar

sus propias coberturas, poniendo la pantalla a disposición y favoreciendo la utilización de las nuevas tecnologías en un sentido transformador.

El armado de la programación es un *working progress* constante: “Se va configurando a partir de la relación con los sectores de audiencia que conocemos: los grupos de militancia que nos frecuentan, desde el kirchnerismo para la izquierda, también vecinos organizados en los barrios porteños que llaman para que vayamos a cubrir alguna actividad. En esa ida y vuelta se va armando la programación, desde esas discusiones y necesidades, poniéndolas en diálogo con lo específico del lenguaje televisivo”, aluden. Es precisamente por eso que el canal aparece como un lugar de permanente encuentro y diálogo, tanto en su programación como en sus instalaciones, entre sus integrantes y la audiencia.

A ésta, la constituyen tanto los protagonistas de los hechos sociales y políticos como las diversas partes de la población interesadas y comprometidas con aquellas problemáticas: se trata, según ellos, de una audiencia muy vinculada a la militancia política, cultural y social, ya sea organizada como también movilizada individualmente por el mismo espíritu de lucha y por convicciones e intereses similares: entre estos se encuentran trabajadores y trabajadoras, cooperativistas y empresas autogestionadas; intelectuales, comunidades migrantes, estudiantes universitarios, terciarios y secundarios, entre otros.

Sumado a esto, otro aspecto a destacar es la integración del canal, en su carácter de Asociación Civil sin fines de lucro, al Movimiento Nacional de Empresas Recuperadas; lo cual, fruto del dialogismo y la relación de constante ida y vuelta antes descrito, favorece la intervención de un sector del movimiento obrero y de la economía social en la gestión y lineamientos del medio, convirtiéndose en una temática que atraviesa de manera transversal la naturaleza de la señal. “Hacemos lo que queremos y lo que pensamos que políticamente hay que hacer; a partir del diálogo con nuestras audiencias movilizadas y participativas; y que, además, ese contenido tiene que encajar con nuestro modo de producción y nuestras posibilidades de realización”, subrayan.

6.4. Programación

Realizando un recorrido por la Grilla de contenidos de *Barricada TV*¹⁶, junto con la descripción que presentó en 2015 a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual al momento del Concurso¹⁷, se encuentra un total de 71 programas, entre producciones propias, co-producciones, independientes y vinculadas, distribuidos a lo largo de los siete días de la semana. Cada día se emiten 14 horas y media de programación, en la franja horaria que comprende desde las 11:30 hs. hasta las 2:00 hs. del día siguiente.

El único producto propio emitido de lunes a viernes es su informativo central, *Noticiero Popular* (20:00 hs.), programa que se transmite en vivo desde que comenzaron las emisiones en frecuencia analógica desde 2010, y presenta un resumen de las noticias construido desde una mirada comprometida con los/as trabajadores/as. Ya desde su título, propone otra visión de las noticias y la construcción de las mismas; incluyendo coberturas en la CABA y el resto del país, junto con entrevistas a los sectores que, tal cual precisan, no encuentran visibilidad en los grandes medios.

Luego, una cantidad de programación está comprendida por los géneros informativos, de análisis y debate en profundidad respecto a temáticas relacionadas a la política, la economía, la cultura y los derechos humanos. Si bien son envíos que presentan un formato tradicional de guión, producen cierta ruptura respecto a su contenido, elección de entrevistados y temáticas puestas en análisis; que invitan a pensar y repensar los procesos sociales y económicos de la Argentina, pretenden acercar al televidente otras visiones y perspectivas de éstos, y ampliar la mirada a temas –como la discapacidad o la participación social de la juventud- que, según ellos, están poco problematizados en la televisión comercial.

Ejemplo de esto son los titulados *Dale fuego* (Miércoles 16:00 hs. /Jueves 22:00 hs.), entrevistas en profundidad que hacen eje en la necesidad de una transformación social; *Incluyendo* (Martes y jueves 15:00 hs.), para la comprensión de la realidad de las personas

¹⁶ Ver Anexo 9.2.

¹⁷ Ver Anexos 9.3. y 9.4.

con discapacidad y sus familias; y *Misérias de la economía* (Miércoles y viernes 19 hs.), definido como ‘de economía crítica pero también de crítica a la economía’, que busca dar herramientas a los trabajadores en general para el análisis de la realidad actual, además de reivindicar las luchas sindicales, comprendiendo los acontecimientos presentes desde una perspectiva histórica.

Siguiendo con la modalidad de entrevista, se encuentran también aquellos más especializados, como son *De razones y pasiones* (Sábados 23:00 hs.), con personajes que participaron en la vida política argentina y cuyas vidas se iniciaron en el período de entreguerras del siglo pasado; *Épocas* (Domingos 15:00 hs.), en el que cultura, filosofía, política y trabajo se conjugan en las conversaciones comprometidas desde una mirada sensible; y también *Decime una cosa* (Domingos 00:30 hs.), que de la mano de Radio Gráfica TV (RGTV) –Asociación Civil Colectivo Gráfico- presenta conversaciones mano a mano en una mesa de café.

A los precedentes, se le suman otros con las mismas premisas pero con un formato ya no tan propio de la televisión abierta, sino más bien de carácter documentalista, a diferencia del vivo, como ser *Documental Semillas* (Miércoles 01:00 hs. /Jueves 23:30 hs.), que se encarga de analizar el sistema de producción agroexportador y demostrar que el poder está en manos de los trabajadores y campesinos del mundo, compartiendo la lucha histórica por la tierra de los movimientos de base de todo el continente; o *Economía Popular* (Martes 23:00 hs.), que busca formar a trabajadores en general respecto de nociones básicas de dicha ciencia para su aplicación en los temas cotidianos, tratados de manera simple y al alcance de todos.

Sobre esta línea ‘documental’, también se encuentran los programas bien aparentados con el tratamiento del fenómeno de fábricas y empresas recuperadas por sus propios trabajadores, movimiento que atraviesa todo el entramado general de Barricada TV, desde sus objetivos como Asociación Civil –con pilares clave como son la autogestión y la solidaridad-, hasta el hecho de estar instalados en uno de los pisos de un edificio recuperado; buscando reivindicar dicho fenómeno, propio de las últimas décadas, y

acercarlo a cada vez más sectores de la sociedad civil, hacer conocer su lucha y demostrar que otro modo de trabajo es posible.

Ejemplo de esto son los envíos *IMPA es un barrio* (Lunes 19:00 hs.), que muestra la cultura popular, las expresiones comunitarias y los saberes de las y los vecinos de las comunas porteñas a partir de la presencia resistente de la Cooperativa en la ciudad; *No pasarán* (Martes 22:00 hs.), sobre fábricas recuperadas, conducido por los trabajadores de IMPA, que transmite la experiencia del trabajo sin patrón; y *La cosa se hace así* (Miércoles 17:20 hs. /Jueves 00:20 hs. /Viernes 12:50 hs.), promotor de la economía social y la autogestión desde su lugar cotidiano. Para seguir con esta línea, debido a su relación con las clases trabajadoras, en su grilla también se encuentra un programa que consiste en ofertar y demandar productos y servicios en las Comunas de la CABA: *Clasificados barriales de nuestras comunas* (Domingos 14:00 hs.).

Volviendo a los géneros y formatos también presentes en la grilla de los demás canales comerciales de la Televisión Abierta, pero desde otra perspectiva y con objetivos de base muy diferenciales, están los referidos a la información relacionada a los deportes en *La señal fútbol* (Lunes 17:30 hs. /Miércoles 01:30 hs.), de RGTV, y en *Barricada deportiva* (Miércoles 15:00 hs. /Viernes 21:30 hs.), envío que pone foco en las actividades barriales en la voz de sus vecinos y sus clubes, y destaca a la actividad en función de generar inclusión social y mejorar la salud de los ciudadanos; como también al formato ‘gastronómico’ se lo puede aparentar con *Qué culpa tiene el tomate* (Martes 13:00 hs.), programa de ‘soberanía alimentaria’, donde lo que comanda es la cocina popular desde las organizaciones de base, comedores, ollas, cooperativas de trabajo, restaurantes recuperados que se expresan a través de la pantalla, combinando la realización de un plato con la historia de su organización. Un guion que, claramente, está en consonancia con el tratamiento y el retrato particular, propio de esta señal, del trabajo y los oficios.

A su vez, brinda segmentos a la música joven y a los grupos musicales independientes, que tienen poco o nulo acceso a los medios hegemónicos para difundir sus producciones; ejemplo de esto es *Corriente alterna* (Viernes 16 hs. /Sábados 19:00 hs. /Domingos 19:00 hs.), con músicos y bandas en vivo, entrevistas a fondo para indagar

acerca de su historia y modos de concebir la relación entre cultura y juventud; de igual modo que con *Hoy es el futuro* (Lunes y miércoles 21:00 hs.), un programa de música de estilo independiente, con acústicos en vivo y sorteos de merchandising de bandas.

Rimas rebeldes (Lunes 12:30 hs. /Martes 17:30 hs.) se suma para la audiencia adolescente, otra producción independiente de Radio Gráfica en donde la cultura Hip Hop se hace presente mediante una cronología histórica y su actualidad a nivel nacional; junto con *Bien despiertos* (Martes y jueves 19:00 hs.), desde Cine Insurgente, donde predomina el debate entre jóvenes con un tema de discusión especial por cada envío, con una dinámica similar al espacio de asamblea.

Asimismo, Barricada TV respeta y garantiza el derecho de los niños y niñas a la comunicación y la generación de productos por y para ellos, tal cual es *Cuento que te cuento* (Miércoles 15:30 hs. /Jueves 17:30 hs. /Domingos 13:30 hs.), donde vecinos, docentes y niños leen en vivo cuentos infantiles, buscando así fomentar el placer por la lectura; y *¡Tu historia al aire!* (Lunes a viernes 11:30 hs.), producido por Cine Insurgente, que busca registrar y compartir los juegos de los niños en la pantalla y divertirse haciendo otra televisión, una TV infantil construida desde ellos mismos.

De la misma manera, con su programación responden a uno de sus objetivos generales, anclados en una perspectiva de integración latinoamericana desde los pueblos, buscando construir un espacio de comunicación que aporte y acompañe los procesos antiimperialistas y emancipatorios de ‘*Nuestra América*’, desde una mirada regional de los temas que nos atraviesan como continente en general y a la vez como países en particular.

Siguiendo esta línea están los programas *Nuestramérica* (Martes y jueves 21:00 hs.), que propone una mirada alternativa a los acontecimientos de nuestro continente y el mundo desde colectivos migrantes en Argentina, quienes acercan un análisis crítico del pasado y la actualidad, con voces populares, de personalidades políticas y académicas que rompen el cerco mediático; como también la producción independiente de RGTV, *Pensamiento Latinoamericano* (Miércoles 17:00 hs. /Jueves 00:00 hs. /Viernes 12:30 hs.), una serie de microprogramas en los que se difunden fragmentos memorables de los pensadores *nuestroamericanos* de todos los tiempos.

Se suman *Resumen Latinoamericano* (Viernes 21:00 hs. /Domingos 23:30 hs.), que recorre la realidad latinoamericana a partir de entrevistas e informes; *Noticiero del sur* (Martes 00:30 hs. /Jueves 19:30 hs.), con noticias desde la perspectiva articulada de colectivos comunicacionales y políticos del continente y con las luchas en común por la soberanía y la independencia de nuestros pueblos como ejes temáticos; y las coproducciones *Noticiero insurgente* (Domingos 23:00 hs.), informativo que sigue paso a paso el proceso de Paz en Colombia a través de declaraciones, entrevistas y sentimientos de su pueblo, tanto en Colombia como en La Habana, y *Alba TV* (Martes 00:00 hs. /Jueves 16:00 hs. /Domingos 00:00 hs.), un proyecto para la integración y coproducción desde los pueblos dirigida desde Venezuela, en la que las televisoras comunitarias del continente se articulan en un noticiero para mostrar las luchas populares de cada país.

A su vez, la señal incluye cierta porción de producciones independientes que, en primera instancia, responde a un requisito planteado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en su Artículo 65 y, a su vez, ayuda a la supervivencia de la señal, además de responder a sus valores y objetivos de cooperación con otras organizaciones sociales que no encuentran lugar para transmitir sus contenidos en las grillas comerciales. A este aspecto lo detalla Natalia Vinelli al contar que, en el proceso de evaluación técnica de la propuesta al momento del concurso, tuvieron que modificar su grilla para, por un lado, cubrir el 30% requerido por la Ley y, también, para que la propuesta sea creíble a los ojos de un evaluador técnico que los avala con los ojos de la televisión comercial: “Lo que armamos fue algo que pudiera contener lo que nosotros estábamos haciendo junto con lo que nos exigían”.

Estos son, junto con los ya nombrados de RGTV, *La Tribu audiovisual* (Martes 17:00 hs.), realizado en el balcón de la conocida radio comunitaria que lleva el mismo nombre, en el que jóvenes artistas comparten su música; *Redes del trabajo y la autogestión* (Martes 16:00 hs.), serie documental realizada por la Federación Argentina de Cooperativistas y Trabajadores Autogestionados sobre el trabajo cooperativo y sin patrón - formato similar a otros envíos propios del canal-; *Una clase de cine* (Sábados 14:00 hs.), de DOCA Documentalistas Argentinos, basado en un ciclo de charlas y clases sobre dirección de cine, producción, cámara, preparación de proyectos, cine documental, guion, entre otras

cosas; como también *Argentina multicolor* (Domingos 17:00 hs.), elaborado por integrantes de la Red de Productoras Audiovisuales Comunitarias, que apunta a difundir las nuevas voces a través de este soporte.

Decí MU (Lunes 22:00 hs.), la propuesta televisiva de la Cooperativa La Vaca, que presenta entrevistas, videos y lectura de poesía en el marco de otra agenda periodística; y *En Movimiento TV* (Lunes 15:00 hs. /Martes 01:00 hs. /Viernes 15:00 hs.) y *Faro TV* (Miércoles 12:30 hs.), ambos creados por la Asociación Civil La Dignidad desde los barrios más humildes de la CABA, realizados por sus propios vecinos y vecinas, propuestas que viran desde la cocina popular hasta cortos de ficción.

En función con lo propuesto por el equipo de *Barricada TV* respecto a que en la señal tiene que haber espacio para todos, se incluyen también las producciones de diversas agrupaciones políticas identificadas con la izquierda. Ejemplo de esto son *APU TV* (Jueves 13:00 hs.), ciclo de entrevistas producido por la Agencia Paco Urondo, que propone pensar la política argentina tratando de profundizar sobre los debates que propone la agenda comunicacional; y *Marx ha vuelto* (Martes 19:30 hs.), una miniserie de ficción creada por TVPTS que se basa en el Manifiesto Comunista, ambientada en la Argentina actual. “Creemos que tiene que haber espacio para todos. Lo que no va a haber en *Barricada* son organizaciones políticas tomando decisiones en asamblea, o sea, puede que tengan programas, pero no van a estar en las reuniones de tomas de decisiones semanales. Nosotros no hicimos todo este esfuerzo para que una agrupación política en la cual no militamos, y por lo tanto no coincidimos, nos use; pero sí puede tener un programa”, aclaran.

Así es que, con todo el abanico de contenidos presentados al público, es pertinente considerar que la presencia de *Barricada TV* en el escenario de la Televisión Digital Abierta, resulta ser un aporte más que significativo y novedoso al entramado mediático actual que, como bien se describió anteriormente, se caracteriza por la presencia de capitales privados comerciales y/o estatales.

Este fenómeno puede entenderse en el plano mediático como en el cultural, en tanto y en cuando su pleno funcionamiento y puesta en marcha haga llegar a su comunidad de

alcance inmediata –en este caso, las comunas de la Capital Federal- otras visiones del mundo, de los sucesos y hechos sociales y cotidianos del día a día en la ciudad y los barrios, otros análisis de los procesos históricos del país y de Latinoamérica, otra forma de entender al mundo del trabajo y su idiosincrasia; a fin de cuentas, otra manera de entender la comunicación y las relaciones humanas en la lucha constante contra la explotación y dominación, tanto material como simbólica, que impone el capitalismo.

7. CONCLUSION

Como fue analizado en los apartados anteriores, la puesta a punto de manera efectiva, el pase a la legalidad a través del reconocimiento jurídico estatal de canales de televisión definidos por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual como “sin fines de lucro”, mediante su inclusión y transmisión en la Televisión Digital Abierta, trae intrínsecamente consigo todo un nuevo movimiento revelador, que implica un cambio de paradigma televisivo respecto al aporte que pueden hacer estas señales a la circulación de ideas y sentidos para la pantalla chica de recepción terrestre en la Argentina.

Es posible advertir este resultado, ya que los significados e interpretaciones que están dispuestas a proponer un conjunto de pantallas nacidas de experiencias populares y autogestionadas, en su claro objetivo de disputa de sentido, podrían circular y ser transmitidas en un escenario compartido con canales comerciales, creados con grandes capitales de empresas de multimedios y estatales, los cuales tienen ya una presencia marcada y determinada por su posición a nivel histórico y simbólico en la TV.

Todo esto, si logran no ser restringidos del derecho a la libre expresión por vías directas o indirectas, tal cual detalla -con jerarquía constitucional- la Convención Americana sobre Derechos Humanos¹⁸, mediante el abuso de controles oficiales, frecuencias radioeléctricas o cualquier otro impedimento burocrático o técnico; como fue el caso, durante 2016, de *Barricada TV* y *Urbana TeVé*, de la CABA, y *Pares TV* y *Comarca Sí*, de la provincia de Buenos Aires, cuando *Canal 13/Artear* interfirió totalmente sus señales resistiéndose a la ‘mudanza’ de frecuencia y al reordenamiento de la grilla de TDTA mediante una medida cautelar presentada en la Sala I de la Cámara de Nacional Apelaciones en lo Contencioso Administrativo, rechazando la medida especificada en noviembre de 2015 por la Autoridad de Aplicación de la Ley 23.522, en aquel entonces la

¹⁸ Pacto de San José de Costa Rica. Suscrito el 22 de noviembre de 1969, sancionado por Ley 23.054 promulgada el 19 de marzo de 1984.

Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. Rechazada dicha medida cautelar, *Artear* presentó una demanda de inconstitucionalidad en el Juzgado Contencioso Administrativo Federal No 2, sobre la cual el Ente Nacional de Comunicaciones respondió con el cambio de frecuencia de los comunitarios.

Toda esta lucha tanto judicial como simbólica se debe a que la propuesta que llevan adelante las televisoras alternativas se enfrenta y pone en disputa a los relatos ya conocidos y vistos, año tras año, en las señales tradicionales. La información sobre, por ejemplo, los resultados o ‘consecuencias’ en los ciudadanos urbanos de las manifestaciones, cortes de tránsito o marchas sufridas en su día a día en el ‘centro’, producida por los canales que buscan el lucro, será contrastada con las razones y las denuncias contadas en primera persona por los grupos manifestantes, con las cámaras puestas dentro de las movilizaciones, en sus territorios, entre sus promotores y gestores.

Así sucedería también con las demás noticias e informes de variada índole, como cuando se produzcan crónicas y anuncios sobre los resultados de la fecha de los equipos de Primera División o del Nacional “B” de la Asociación del Fútbol Argentino en la pantalla comercial; desde la televisión comunitaria se puede dar lugar al relato y a la novedad sobre los clubes de los barrios de sus comunas de alcance, el desarrollo y la lucha de éstos por lograr un lugar en la estructura piramidal y, por ende, marcadamente verticalista del deporte en la Argentina y su compromiso con la juventud y la inclusión social mediante el deporte.

Toda esta nueva configuración de sentido que llegan a proponer las televisoras populares a la TV abierta pone en discusión los relatos y construcciones informativas de las comerciales, ya posicionados en la pantalla desde hace más de 50 años; siendo dichos ‘nuevos’ sentidos no provenientes de las intenciones de algún conjunto de anunciantes, o de grupos de inversores de alguna área productiva, sino de ciertos y puntuales objetivos de base político-comunicacionales, enraizados en experiencias sociales, de movilización y lucha de clase, con el claro propósito de ‘contrainformar’, lo que es decir, poner en entredicho y subvertir las construcciones informacionales y discursivas de los histórica y simbólicamente ‘legítimos’ habitantes y operadores de señales de televisión en abierto.

Consecuentemente, es loable destacar la concreción, por parte del Estado, de todo este proceso. Desde el hecho de incluir jurisprudencialmente, en 2009, al sector privado sin fines de lucro como prestador de servicios de comunicación audiovisual y reservarle, a su vez, cierta porción de espectro radioeléctrico de igual proporción que al resto de los prestadores; hasta llegar a la materialización de dicha Norma en el ámbito de la Televisión Digital Terrestre Abierta, en el marco de la Resolución N° 39/15.

Es un acontecimiento que adquiere singular importancia a nivel cualitativo en torno a la apertura y reconocimiento oficial que consagra el triunfo de las luchas llevadas a cabo por las organizaciones sociales a lo largo de las últimas tres décadas en la Argentina, años en los cuales sufrieron reiterados ataques a su libertad de expresión, derivados en acciones tales como persecuciones y decomisos de equipos por ser consideradas señales ‘piratas’ y sin ningún derecho de dar a conocer su voz. De hecho, uno de los argumentos que luego fueron descritos por el Grupo Clarín en su apelación al reordenamiento de la grilla de TDTA fue que se ponía en ‘igualdad de condiciones’ a los medios comunitarios respecto de los comerciales, cuando los primeros se habían manejado históricamente desde la ‘clandestinidad’¹⁹.

Todo aquel hostigamiento, entre tanto, omitió el derecho humano inalienable, descrito por el Pacto Internacional anteriormente nombrado y luego por la Ley 26.522, de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones, dejando totalmente de lado los aspectos relacionados a la idoneidad comunicacional y de arraigo a la actividad y su comunidad de alcance.

Sumado a esto, es necesario convocar de vuelta y dialogar con la conceptualización que aportan los investigadores Martín Becerra y Guillermo Mastrini respecto al ‘valor agregado’ de las producciones comunicacionales, su propiedad intangible e inmaterial, para tomar en consideración el peso específicamente simbólico del que es portador este acontecimiento a nivel cultural, que trae consigo una nueva oportunidad para la audiencia.

¹⁹ Lago, N. (2016). *El gran okupa argentino*. Consultado el 5 de diciembre de 2016, de <http://lanan.com.ar/medios-comunitarios-licencias/>

Ésta consiste en la recepción de un conjunto de mensajes audiovisuales disímiles a los ya vistos y escuchados durante décadas por las señales comerciales, propiciando así una novedosa puesta en común al diálogo entre los relatos de respectivos canales, el enfrentamiento de sus interpretaciones y análisis diario, sus construcciones y presentaciones informativas, realizando así un aporte para el funcionamiento y el fortalecimiento de la democracia en la sociedad actual, según lo precisado por la Organización de los Estados Americanos.

Expuesto el estado de situación, con señales como *Barricada TV* realizando sus primeras transmisiones libres de interferencias en la TDTA²⁰, resta seguir luchando porque los derechos conquistados no se vean vulnerados bajo ningún aspecto. Ni en lo concerniente a cuestiones técnicas o al marco normativo y jurídico; como tampoco respecto a las políticas de fomento que permiten el sostenimiento de estos fenómenos, como es el caso del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual, que le permite a canales como el analizado lograr una planificación a doce meses, por lo menos, para cumplir con las ‘rentas’ que se han generado con el pase a la legalidad, junto también con la transición del formato de emisión analógica a digital.

Precisamente, lo que trajo aparejado a la formalización oficial de la actividad de estas emisoras, fue todo un proceso de cambio no sólo en cuestiones concernientes a sus programaciones y equipamiento, sino también en torno a su misma organización interna y de sostenimiento del ‘aire’ a largo plazo; por lo cual se hace necesaria la recurrencia a dichas herramientas de financiamiento, tratándose justamente de canales que, tal cual sus participantes argumentan, necesitan de un especial tratamiento, tomando en cuenta sus luchas históricas por una mayor igualdad de oportunidades que contrarreste el ninguneo padecido por parte del Estado durante años.

Santiago Vivacqua, miembro integrante de *Urbana TeVé*, propone una mirada que sea realmente abarcadora de todo el proceso y sostiene que todo este acontecimiento no debe finalizar en el mero hecho de la transmisión ni entenderlo como un hecho aislado:

²⁰ Canal 32.1 de la grilla de programación disponible para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

“Nuestro caso puede quedar como una experiencia que pudo legalizarse pero a nivel sectorial es contraproducente: a un canal no lo sostenés solo, la ley exige un tercio de producción propia, un tercio de material de productores locales y un tercio de productores nacionales. Si vos no desarrollas a las productoras también, te quedás sin material. No creemos que esto pueda existir o crecer aislado de una reivindicación sectorial”.

Finalizando el análisis, queda hecha entonces la propuesta del compromiso, señalado en párrafos anteriores, de seguir atentos al cumplimiento de los derechos conquistados, bregando siempre por una comunicación cercana a los más variados sectores de la sociedad, que represente los valores e intereses de las clases populares, que se produzca un acceso más universal a la recepción y a la producción de información; junto con la necesidad, también, de una ‘reivindicación sectorial’, propuesta por Vivacqua: la unión de productoras independientes, radios, televisoras y demás colectivos por una comunicación que dispute sentido en el escenario concentrado actual y con un entramado jurídico que resulta ser un híbrido entre una Ley Audiovisual y un Decreto de Necesidad y Urgencia que deroga los artículos más significativos y cercanos al espíritu de su ejercicio y aplicación en general.

De ahí que si bien, como puntualiza Natalia Vinelli en su caso, *Barricada TV* sea un canal de televisión y no una agrupación política que se plantea ‘hacer la revolución’, este resulta ser no más que un caso revolucionario: un triunfo de la televisión ‘desde abajo’, de la comunicación subalterna, de la contrainformación. En resumen, de la *contracomunicación*.

B. BIBLIOGRAFIA UTILIZADA

Libros:

- ALBORNOZ, L. A. y GARCÍA LEIVA, M. T. (Ed.). (2012). La televisión digital terrestre: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia. (1ª Ed). Buenos Aires: La Crujía.
- BECERRA, M. (2009). Los dueños de la palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del Siglo XXI / Martín Becerra y Guillermo Mastrini. (1ª Ed.) Buenos Aires: Prometeo Libros.
- BECERRA, M. (2015). De la concentración a la convergencia: medios, políticas y redes. (1ª Ed). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- BECERRA, M. y MASTRINI, G. (2008). Concentración de medios. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- BOURDIEU, P. (1991). El Oficio del sociólogo. 2º Parte. Cap. II. México: Siglo XXI.
- BOURDIEU, P. (1997). Sobre la televisión. (2ª Ed). Barcelona: Anagrama.
- BUSTAMANTE, E. (2012). La TDT como laboratorio de tendencias y escenarios. En L. A. Albornoz y M. T. García Leiva (Eds.), La televisión digital terrestre: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia (pp. 15-21). Buenos Aires: La Crujía.
- DE MORAES, D. (2013). Medios, poder y contrapoder: de la concentración monopólica a la democratización de la información / Dênis de Moraes; Ignacio Ramonet; Pascual Serrano. (1ª Ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblos.
- GUBER, R. (1991). El salvaje metropolitano. Buenos Aires: Legasa.

- KRAKOWIAK, F., MASTRINI, G. y BECERRA, M. (2012). Argentina: razones geopolíticas y perspectivas económicas. En L. A. Albornoz y M. T. García Leiva (Eds.), *La televisión digital terrestre: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia* (pp.195-221). Buenos Aires: La Crujía.
- MATTELART, A. (2010). *Para un análisis de clase de la comunicación: introducción a Comunicación y lucha de clases 1.* (1ª Ed). Buenos Aires: Editorial Cooperativa El Río Suena.
- MATTELART, A. (2011). *Para un análisis de las prácticas de comunicación popular: introducción a Comunicación y lucha de clases 2.* (1ª Ed.). Buenos Aires: Editorial Cooperativa El Río Suena.
- PADUA, J. (1979). *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales.* Cap. II. (1º Ed.). México: FCE.
- SERRANO, P. (2013). Democracia y libertad de prensa. En D. de Moraes; I. Ramonet; P. Serrano, *Medios, poder y contrapoder: de la concentración monopólica a la democratización de la información* (pp. 67-78). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblos.
- TAYLOR, S. J. y BOGDAN, R. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados.* Buenos Aires: Paidós.
- VASILACHIS DE GIALDINO, I. (Coord.) (2006). *Estrategias de Investigación Cualitativa.* Barcelona: Gedisa Editorial.
- VINELLI, N. (2014). *La televisión desde abajo: historia, alternatividad y periodismo de contrainformación.* (1ª Ed). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial Cooperativa El Río Suena: El Topo Blindado.

Artículos académicos y periodísticos:

- BECERRA, M. (2016). Derechos desbalanceados. Consultado el 23 de julio de 2016, de <https://martinbecerra.wordpress.com/2016/07/22/derechos-desbalanceados/>
- FERNÁNDEZ NOVOA, S. (2004). Entender a la Comunicación como un valor estratégico. Para el Centro de Competencia en Comunicación en América Latina.
- FRUTOS, S. (1997). La entrevista en la investigación social: interacción comunicativa. En Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UNR, Vol. 2. Rosario.
- Grupo de investigación Conicet / Defensoría del Público. (2016, 31 de agosto). David contra Goliath, el caso de Barricada TV. *Página12*, p.19.
- LAGO, N. (2016). El gran okupa argentino. Consultado el 5 de diciembre de 2016, de <http://lanan.com.ar/medios-comunitarios-licencias/>
- ¿Qué es el FOMECA? 5 de mayo de 2014, de <http://politicadecomunicacionfce.blogspot.com.ar/2014/05/que-es-el-fomeca.html>. [Captura 16 de mayo de 2016. 9:00 hs.]
- TÉLAM. (2016, Octubre 22). Antena Negra, Barricada, Pares y Urbana Tevé, cuatro experiencias de comunicación alternativa. Consultado el 24 de octubre de 2016, de <http://www.telam.com.ar/notas/201610/167984-tv-comunitaria-alternativa.html>
- URANGA, W. (2014). La comunicación comunitaria: proceso cultural, social y político. Consultado el 23 de noviembre de 2016, de http://www.wuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=35:propios-20&catid=8:textos-propios&Itemid=107#

Leyes, Declaraciones y Comunicados Oficiales:

- AFSCA. (2015). Concurso Público Televisión Digital Terrestre Abierta. Guía práctica para participar del concurso público para la adjudicación de licencias para la instalación, funcionamiento y explotación de un servicio de Televisión Digital Terrestre Abierta (TDTA) en el marco de la Resolución N° 39/2015.
- AFSCA (2015) Resolución N° 39/2015. Anexo B. Diagrama para la adjudicación de una licencia correspondiente al servicio de Televisión Digital Terrestre Abierta en AMBA.
- AFSCA. (2015). Resolución N° 39/2015. Anexo VIII. Pliego de bases y condiciones generales y particulares para la adjudicación de una licencia correspondiente al servicio de Televisión Digital Terrestre Abierta. Licenciatario Operador – Categorías J, K, I. Sector sin fines de lucro (Personas jurídicas sin fines de lucro).
- Argentina. Constitución. (2013). *Constitución de la Nación Argentina: incluye los tratados internacionales de derechos humanos con jerarquía constitucional*. (1ª Ed.) Buenos Aires: Infojus.
- Consejo Asesor SATVD-T (2010). *Presentación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre a la Honorable Cámara de Diputados de la Nación*. Buenos aires, 15 de junio.
- CONTA: Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas, integrante de INTERREDES. (2016). *Cuatro canales comunitarios comenzarán a transmitir en el 32*. Consultado el 19 de diciembre de 2016, de http://www.diariosobrediaros.com.ar/dsd/notas/5/3961-nueva-senal-para-los-canales-comunitarios.php#.WR2gqdI1_My
- Decreto/Ley N° 22.285. (1980). *Radiodifusión*. Buenos Aires, 15 de septiembre de 1980.
- Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias. (2011). *Televisión Digital: ¿Para quién es la democratización?* Recuperado el 20 de septiembre de 2016, del sitio web del Espacio Abierto de Televisoras Alternativas,

Populares y Comunitarias:
<https://drive.google.com/file/d/0BwdUFm2EGRiIdTdOaC1xRzU3OFk/view>

- Ley N° 26.522. (2009). *Servicios de Comunicación Audiovisual*. Buenos Aires, 10 de octubre.
- OEA. (2000). *Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión*. Consultado el 6 de octubre de 2016, de <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=26&IID=2>

Páginas Web consultadas:

- <http://espacioabiertotv.blogspot.com.ar/>
- <https://martinbecerra.wordpress.com/>
- <http://www.afsca.gob.ar/>
- <http://www.afsca.gob.ar/fomeca/>
- <http://www.barricadav.org/>
- <http://www.contenidospublicosdigitales.gob.ar/>
- <http://www.infoleg.gob.ar/>
- <http://www.oas.org/es/>
- <http://www.telam.com.ar/>
- <http://www.tda.gob.ar/>
- <https://www.enacom.gob.ar/>
- <https://www.enacom.gob.ar/fomeca>
- <https://www.pagina12.com.ar/>

9. ANEXOS

9.1. Entrevista a Natalia Vinelli

Según su Grilla de Programación presentada al momento del concurso, la transmisión arranca a las 11:30 hs. y finaliza a las 02:00 hs., con un total de 14 1/2 hs. de programación “en vivo”. ¿Respecto a qué parámetros se desarrolló ese diagrama?

Lo que tenemos transmitiendo ahora es una grilla tentativa porque nosotros estamos en un período de prueba. La legalización implica un montón de cuestiones burocráticas que cuando vos no asumís la pelea por la legalidad, no las tenés: tenés que tener balances, tenés que cumplir con determinada normativa, es decir, cumplir con el capítulo de Contenidos de la Ley Audiovisual que está vigente. Es decir, un montón de cuestiones que cuando vos ya tenés una relación establecida a través de un concurso público y cuestiones que vos tenés que responder frente al Estado, las tenés que hacer.

Para la categoría nuestra, que es la más baja, la exigencia de programación es de 14 horas diarias. Para Canal 13, que es el canal más importante del Grupo Clarín, también son 14 horas diarias; esos son los claros oscuros que tenía la Ley Audiovisual, digamos; que no estaban muy bien diferenciados un prestador sin fin de lucro como uno que sí tuviera como fin la comunicación comercial. Entonces, nosotros tuvimos que hacer una propuesta de 14 horas diarias, todos los días de la semana, cumpliendo con todas las cuotas de contenidos y editados que establecía la Ley Audiovisual.

Por ejemplo, tres horas por día de programación infantil -nosotros no teníamos prácticamente nada de eso-, solamente 30% de programación que no fuera nacional -eso para nosotros no fue un problema porque no tenemos nada de afuera, excepto TeleSur-; y, dentro de toda la programación, un 30% debe ser de productoras audiovisuales independientes y locales. En la CABA, eso no es un problema, porque está lleno de gente

que hace audiovisual, pero en Santiago del Estero o en Catamarca o en Andalgalá es mucho más difícil que vos puedas completar el 30% de programación con productoras independientes locales.

Nosotros usamos una grilla que retomaba lo que nosotros estábamos haciendo, y lo complejizaba; porque teníamos un 100% de producción propia y el ingeniero (evaluador), cuando nosotros le mostramos la propuesta comunicacional nos dice 'esto no es creíble, esto no lo hace nadie' y nosotros respondíamos 'y bueno, pero nosotros lo hacemos' y ellos 'bueno, pero no te lo van a creer y te lo van a rechazar; tienen que hacerlo de otra manera'. Entonces tuvimos que salir a buscar programación afuera para cumplir ese 30% pero también para que la propuesta sea creíble a los ojos de un evaluador técnico que te evalúa con los parámetros de la televisión comercial; no lo hace con los parámetros de la Televisión comunitaria porque no lo entiende. No así en el caso de los jurados, que sí te evaluaban considerando otros parámetros, pero antes de llegar al jurado vos tenías que ser evaluado por las áreas técnicas de la AFSCA.

Entonces, lo que nosotros armamos fue algo relacionado con lo que estábamos haciendo, con lo que nos exigían y, por el momento, como es una prueba, se va más o menos cumpliendo pero, con la interferencia de Canal 13 -si bien hace muy pocos días nos reasignaron otra frecuencia-, tampoco nos preocupó mucho cumplir a rajatabla los horarios y esas cuestiones porque sabíamos que no teníamos una pantalla directa; que sólo nos estaban viendo por Internet, entonces no tenía tanto sentido volverse tan loco cumpliendo todo, menos en un momento de prueba, en el cual el Estado no estaba cumpliendo con nosotros.

Cuando el área técnica insistía con esos puntos –cuotas de programación-, ¿pensás que fue sólo por una cuestión de cumplimiento de la normativa vigente o respecto, también, a cuestiones relacionadas con la factibilidad y sustentabilidad del medio? Algo que siempre se tuvo en debate...

Sí, la sustentabilidad es una de las cosas que ellos miraban. Cuando llenabas la grilla de programación, por cada uno de los programas había que armar una ficha, esa ficha tenía una sinopsis del programa y los recursos con los cuales el programa se desarrollaba. Con

esa descripción, todo el tiempo mostrábamos las múltiples tareas de un equipo de producción, que quizá contaba solamente con hasta siete personas, pero en el que la gente podía intercambiar los roles todo el tiempo. Por lo tanto, tuvimos que explicar nuestra forma diferencial y particular de trabajo, explicarles que no trabajamos con estrellas televisivas, que el que conducía podía también ser camarógrafo en otro programa, que el que hacía de director podía ser también el conductor del otro; tratábamos explicar con un lenguaje, digamos, ‘careta’, o *pretendidamente* profesional –porque no manejamos los mismos parámetros de profesionalismo que ellos–, explicarlo bien. Entonces presentábamos la propuesta de tal manera que al equipo evaluador técnico le pareciera factible de poder desarrollarse.

¿Con estos cambios, hay diferencias significativas respecto a la grilla durante la etapa analógica?

A nivel contenidos, no. Porque los programas que se emitían en analógico, se siguen transmitiendo en digital. A nivel técnico, sí. Implicó una inversión muy grande de dinero y también hubo que ponerle mucha más atención y plata a la iluminación y a la escenografía de los programas. La calidad del HD impide que vos tengas una lona colgada y que con eso armes la escenografía: si tenés una arruga, parece un tajo; si tenés un grano, parece que tenés una cosa que te sale de la cara; si tenés ojeras, parecés un mapache. A su vez, la iluminación que requiere una cámara HD es muchísima más que la analógica.

A toda la primera compra de transmisores y equipamiento para la transición la hicimos con apoyo de organizaciones populares que donaron dinero o equipamiento mediante una campaña financiera, y paralelamente, con los fondos concursables del FOMECA pudimos completar el área de control, cámaras, algunos equipos más de transmisión, y le dedicamos también mucho dinero a la escenografía y a la iluminación. El laburo con la escenografía también fue muy importante porque queríamos una pantalla más ‘profesional’ desde lo estético y lo visual, pero sin perder la impronta de la comunicación alternativa y popular, y fundamentalmente, la impronta de Barricada TV, cuya identidad se construye alrededor de la idea de la autogestión.

Barricada TV es un canal de televisión que está en una fábrica recuperada, y la articulación con la misma y con el mundo de las fábricas recuperadas está permanentemente en pantalla en todos los elementos de identidad del canal. Por lo tanto nosotros, al querer dar otro modo de entender la pantalla, no podíamos, ni queríamos, pasar de intros, promos y logos donde se viera el mundo del trabajo desde la perspectiva de la clase trabajadora y de pronto pasar a un set de televisión ‘re cheto’, al estilo Canal 13. Entonces, lo que hicimos fue laburar con una Cooperativa de Diseño, que funciona en IMPA -que es la fábrica recuperada donde está el canal-, y que su trabajo profesional es el desarrollo de elementos de identidad y de folletería y diseño de productos de fábricas recuperadas. Entonces con ellos, y planteándoles la cuestión de la autogestión y que queríamos el concepto de espacio obrero, de espacio de reflexión para obreros, de lugar del mundo del trabajo, fuimos construyendo la escenografía; queríamos que hubieran elementos fabriles que sirvieran como elementos de estilo en toda la programación propia; creemos que quedó más o menos bien, comparado a lo que veníamos haciendo, a como está ahora la pantalla es un salto grandísimo de calidad, es como de un ‘Fitito’ a un ‘Superauto’.

Respecto a la estipulación de los horarios de la programación, ¿los fueron armando de acuerdo a la potencial audiencia en vivo? ¿Cómo estructuraron eso?

Mirá, nosotros nunca hicimos una encuesta de audiencia, con lo cual, no sabemos qué piensan las audiencias que no sean las que conocemos. Barricada TV tiene una referencia muy grande entre toda la militancia y el activo dentro de una concepción de campo popular en sentido amplio, digamos, del kirchnerismo para la izquierda nos conoce todo el mundo; y de eso nos damos cuenta cada vez que estamos en la calle, por compañeras y compañeros o también vecinos que están organizados en las calles, que nos llaman para que vayamos a cubrir o participar de alguna actividad; ahí tenés como un ida y vuelta.

La programación se va construyendo desde esa relación de afinidad, o sea, desde esas discusiones que vos vas compartiendo en tu carácter de militante o en tu carácter de compañero, se va construyendo en relación a esas discusiones o a esas necesidades; y además, poniéndonos en diálogo con lo que es específico con el lenguaje televisivo.

Hay mucha gente que nos dice ‘a ustedes les falta ficción, queremos más ficción’; sí, bárbaro, pero para hacer ficción bien hecha necesitás un montón de plata y de tiempo y eso es algo que hoy por hoy nosotros no tenemos, entonces a eso hoy no lo podemos hacer. Indudablemente, el programa de entrevistas es un género que está muy presente en el canal y tiene una explicación: es lo más barato que se puede hacer en televisión, porque tenés dos personas conversando en un piso y tenés una hora de programación con un tema súper interesante.

Obviamente no representa lo que es la televisión hoy, que es la TV rápida, que no tiene un segundo para la reflexión, que el cambio de planos tiene que ser vertiginoso; ¿pero quién dice que la televisión tiene que ser así? ¿Lo dice la audiencia? ¿O nos acostumbramos a ver televisión de esa manera y entonces la audiencia dice lo que dice después de que lo formula la televisión? Es una discusión de teoría comunicacional por la que nosotros no nos dejamos correr por el populismo de mercado que te dice ‘vos tenés que hacer todo así porque la gente...’. No, nosotros hacemos lo que queremos hacer, lo que pensamos que políticamente hay que hacer; eso es algo que surge del diálogo con nuestras audiencias movilizadas, con nuestras audiencias participativas; y además tiene que encajar en el modo de producción nuestra y en nuestras posibilidades de realización, así van surgiendo temas.

Además, pensando en que va a salir por televisión, o sea, que tampoco tiene que estar todo igual, no todo tiene que ser bajada de línea; por lo tanto, tenés que pensar en programas de cocina, de deportes; y empezamos a construir programación a partir de esa discusión cotidiana con otros y entre nosotros en nuestras asambleas, y así se van construyendo esos programas. Por ejemplo, ‘*Barricada deportiva*’ es un programa que va de a poco creciendo y ahora se están planteando relaciones más profundas con clubes barriales, y a partir de eso surgen ideas de nuevos programas en función de ese diálogo... Hasta capaz que viene alguien y se trae una idea de un programa.

Es un working progress constante entonces, abierto todo el tiempo a nuevas propuestas...

Sí, tal cual. Ahora, como va pasando el tiempo y además ganamos el concurso, y eso tuvo mucha prensa, cae gente todo el tiempo a traer propuestas de programas, todo el tiempo; ya realidad es que nosotros no podemos asumir todo lo que viene. Porque no todo tiene que ver con lo que nosotros pensamos que hay que hacer.

Por ejemplo, tuvimos una propuesta de un programa con una publicidad de la policía, por lo cual decidimos que ese programa no iba a salir en Barricada TV. El tipo se ofendió mucho y dijo que lo censuraron; y bueno, que lo lleve a otro lado. Además, era un programa que se hacía de manera gratuita; o sea, nosotros tenemos mucha dificultad para poder plantear y que la gente entienda que si su programa sale en el canal es porque hay gente que está trabajando. Entonces, primero venían los programas y todos decían ‘ah que bueno, televisión alternativa...’ y resulta que –no te lo decían pero- ellos hacían plata, el canal no y encima te ponían publicidad de la policía. Bueno, ahí no, ni yo ni mis compañeras y compañeros vamos a trabajar gratis para que vos hagás plata con la policía, olvidate. Esas fueron experiencias con gente ‘chupa sangre’, digamos, que hay mucha, porque, créase o no, la televisión mueve mucho y cae mucha gente con propuestas y con cuestiones que piensan que vos tenés que trabajar gratis para él.

Entonces ahora estamos tratando de armar grillas un poco más orientativas, donde cada vez que viene alguien –así, como de silvestre y volador- con un programa, tratamos de pedirle una sinopsis explicando de qué se trata, si tiene algún capítulo grabado que lo traiga, con qué equipamiento cuenta. Porque si bien en el canal hay equipos, vos también tenés que poner algo; y la gente que trabaja, no trabaja gratis, hay que pagarle un sueldo al operador, al camarógrafo, no puede estar trabajando gratis para vos, porque yo, si soy camarógrafa, no me pongo atrás de la cámara a grabar un programa que no me interesa.

Si bien, venimos hablando de que a veces el que hace cámara en un programa, es el productor en otro, y así con varias funciones; ¿en el canal existe alguna estructura organizativa general?

El canal tiene cuatro personas -yo soy una de ellas- que, desde que ganamos el concurso y después de mucha discusión luego presentar el canal en el registro de medios barriales de la Ciudad de Buenos Aires y empezar a tener propaganda de la ciudad (pauta que necesitamos cuando decidimos encarar esto para que no quede en una dimensión chiquita y empiece a disputar sentido), lo hicimos sabiendo que, de ganar la legalización, no íbamos a poder sostener el canal en el tiempo libre que nos quedaba después del trabajo.

Entonces lo que resolvimos, en nuestras asambleas semanales donde participan todos los militantes del canal, fue generar una cantidad de *rentas*, que terminaron siendo cuatro. Fueron cuatro porque es con lo que nos alcanzaba la plata que nosotros tenemos calculado a un año respecto al financiamiento con el que contamos -después habrá que pedir otro-. Por lo tanto, esas cuatro rentas son vinculadas a responsabilidades por áreas: hay una responsable de programación, que se encarga de que todo eso esté funcionando; hay otra que es la responsable de todos los asuntos administrativos y burocráticos, que se encarga de todos los trámites y de toda la vinculación con el contador; otra de las responsabilidades es el área técnica, que es la que se encarga que esté todo enchufado y funcionando, que esté iluminado y demás; y una responsabilidad política e institucional, que es toda la relación con las fábricas, con las organizaciones políticas, con el ENaCom, con toda la cuestión legal, la normativa y regulatoria.

Después, esas responsabilidades se organizan en un trabajo operativo y están las reuniones semanales donde se discute todo lo que se hace y cómo vemos el mundo, cómo eso se traduce en el laburo de un canal de televisión y cómo se labura concretamente en cada uno de los programas.

¿Entonces las decisiones y discusiones de cualquier tipo se toman entre estos cuatro responsables solos o en asamblea, junto con todos sus miembros?

Junto a todos los miembros. Igualmente, para que quede claro: el tipo de funcionamiento tiene un nombre y se llama '*centralismo democrático*'. Pensamos que todo se tiene que discutir entre todos y que en esa discusión hay responsabilidades concretas.

Todo el mundo tiene la posibilidad de discutir y de proponer ideas y de proponerse para cumplir responsabilidades. También hay definiciones que se toman y que después se transmiten cuando llegás al canal, en un período de conocimiento del mismo. Vos no llegás al canal a mandar, vos llegás a aprender, a aportar, a sumar, a dialogar, a construir en conjunto y vas a hacer un programa y vas a tener toda esa libertad: todos van a trabajar para vos cuando vos hayas trabajado para todos. Pasa mucho que viene gente que está un mes, dos meses, viene solamente para su columna y se va; y cuando eso repite muchas veces te das cuenta que hay una falla no en la persona en sí, sino en el procedimiento. Para hacer una tarea colectiva, tenés que desaprender algunas cosas y aprender otras; entonces, en esta línea, la idea es que podés hacer un montón de cosas cuando vos también ponés un montón de cosas, es un ida y vuelta; no es que venís y esto es una caja de la cual agarrás algo y te lo llevás: ponés y sacás, digamos.

Respecto a sus objetivos, ¿cómo se definen ante la sociedad?

Lo que planteamos desde un principio, es que somos un grupo de militantes que desarrollan tareas en el frente audiovisual. La definición primero es política y después, comunicacional.

El canal no es una organización política ni reemplaza a una, no tenemos la pretensión de ‘tomar el poder’ en la Argentina. Es un canal de televisión, y no hace la revolución, no se presenta a elecciones, ni organiza un sindicato. Un canal de televisión es un canal de televisión, que tiene participación, que puede hacer un montón de cosas políticamente en el frente en el cual se desarrolla, que es el de la comunicación y la cultura, que para nosotros es tan importante como el sindical, el estudiantil. Es un frente más en donde las agrupaciones se desarrollan.

Entonces, lo podemos pensar como una agrupación en un frente de masas, que a su vez es un canal de Televisión y necesita y requiere de un tratamiento específico porque es un canal de TV pero a su vez hay compañeros que participan o participamos en el mismo y a su vez también participamos de un espacio de discusión política. Pero ese espacio no es el canal,

ni todos los compañeros de éste participan ahí, ni ese espacio de participación política es exclusivo de gente del canal.

En el canal hay espacio para gente que piensa que hay que construir otra Argentina y que eso se puede hacer desde una perspectiva y una política transformadora; gente que piensa que el canal puede ser una herramienta para la construcción de poder popular. Entonces, vos tenés un proyecto político -la construcción de la segunda y definitiva independencia, la defensa de la soberanía, el desarrollo de la clase trabajadora y del pueblo argentino, etc.- y en ese marco hay una señal que es una herramienta, tal como Lenin entendía la prensa en 1905. Después, hay otros compañeros que participan en el canal y toda su militancia es ahí mismo y entienden que el canal es un espacio en el cual pelear por la construcción de una mirada del mundo desde la comunicación; y también hay compañeros que les gusta hacer Televisión, les interesa la Televisión comunitaria y les gusta hacer cámara, y todo lo demás no les interesa.

Creemos que tiene que haber espacio para todos. Lo que no va a haber en Barricada son organizaciones políticas tomando decisiones en asamblea, o sea, puede haber organizaciones políticas de otros conjuntos de compañeros que tengan programas, pero no van a estar en las reuniones de tomas de decisiones semanales. Nosotros no hicimos todo este esfuerzo para que una agrupación política en la cual no militamos, y por lo tanto no coincidimos, nos use; pero sí puede tener un programa. Entonces, en esa lógica, en Barricada TV te aparece APU TV, de la Agencia Paco Urondo, que es un grupo kirchnerista, y te aparece Marx ha vuelto que lo hace TVPTS. Tenés estos dos programas y los programas nuestros, que expresan nuestra mirada del mundo, y a su vez, los demás.

Pensamos, tal cual los grandes grupos de poder en el país, entre ellos las grandes corporaciones, y entre ellos los medios de comunicación como grandes empresas capitalistas, que son grupos de presión y de poder, son herramientas de un sector de la sociedad que también se expresan a través de ellos. Bueno, el nuestro es desde los intereses de la clase trabajadora y del pueblo y, fundamentalmente, desde la autogestión.

¿Piensan a la TV más ‘poderosa’ o ‘atrayente’, como soporte, a diferencia de la radio o la gráfica? ¿Ven una ventaja adicional a sus objetivos?

Yo acompañé desde la gráfica al Grupo de Cine Militante Piquetero en los '90; ahí está la semilla de lo que construimos después. En ese proceso, lo que empezamos a ver era la fortaleza de llegada que tenía la imagen a nivel masas, y los distintos planos que lo audiovisual tiene para interpelar y construir relaciones con sus audiencias, desde lo argumental y desde las sensaciones que entran en juego; por eso empezamos a ver en la TV una herramienta mucho más masiva y cercana a la vida cotidiana de las clases y los grupos populares.

Cuando empezamos a hacer las primeras transmisiones experimentales en Televisión en los barrios populares y veíamos lo que pasaba con la gente cuando veía que empezabas a poner una antena en un poste de luz, la gente del barrio empezaba a salir y se acercaba a ver qué pasaba; y muchas veces ellos mismos eran los que se ponían a hacer cámara, se armaba toda la parte tecnológica en conjunto. Lo que pasaba con la gente agarrando la cámara o los vecinos poniéndose delante de la cámara, era una cosa increíble. Entonces ahí empezamos a ver la importancia que esto tenía y que por algo se habían comenzado a construir los multimedios en la mitad de los '90, que por algo le habían puesto tanta plata a la TV, etc.

A 15 años de esto, por un lado, lo que venimos leyendo es que la fortaleza de la Televisión sigue siendo la TV en vivo, que el consumo de los programas informativos en vivo sigue siendo muy consumido en la TV, o los magazines –Showmatch, Susana Giménez-, que son programas paupérrimos pero por algo son los más vistos, entonces hay que observarlos para después subvertirlos; pero que también la tecnología, sobre todo Internet, viene cambiando la forma de consumo, sobre todo para el entretenimiento, y a pasos acelerados.

Frente a eso seguimos apuntando al vivo como fuerte porque la Televisión no murió: se siguen vendiendo televisores, si bien tienen otras y nuevas funciones, pero se siguen vendiendo y, por lo tanto, se sigue mirando televisión. Por lo cual, lo que hacemos es diversificarnos: salir por TV de aire, salir por Internet, subir nuestros contenidos a las redes sociales, transmitimos a través de Facebook o a través de You Tube, tratamos de avanzar a través de las redes sociales para que esa programación pueda ser recepcionada también y

paralelamente a través de Internet y a su vez, frente al tipo de consumo que, si en los '90 la gran preocupación en la comunicación era que si la TV estaba metida dentro de la casa y dentro del cuarto y que entonces la vida pública se perdía en función de lo privado, y entonces la participación popular y ciudadana se perdía; frente a todo eso nosotros decimos que ahora el escenario es mucho peor porque además ya no es ni con tu familia ni en tu casa, sino que sos vos, un individuo solo con una pantalla chiquitita de un celular.

Frente a esa individualidad extrema, nosotros decimos *'vení a hacer otra televisión, poné el cuerpo, salí a la calle, hacela, tocá, participala'*, y nos parece que eso también puede ser interesante. Vamos a ver qué es lo que pasa cuando realmente salgamos a través de Televisión Digital, a partir de ahí vamos a saber cuánta gente mira TDA realmente, qué tipo de recepción hay con la gente que no conocemos. Creemos que va a ser todo parte de una experimentación.

Si la comunicación comunitaria es propia del espacio público, ¿cómo definirían la diferencia entre un medio llamado 'público' o 'estatal' y uno 'sin fines de lucro' o 'comunitario'?

Nos definimos como una televisión alternativa, popular y autogestionada. La idea de lo 'alternativo' es la que más se instaló para hablar de estos medios, pero para nosotros lo 'comunitario' lo limita a una pequeña dimensión territorial; y por ese motivo a nosotros nos resulta una palabra incómoda que no la elegimos para explicar nuestra práctica. Entendemos que la idea de lo alternativo tiene que ver con una idea de una alternativa como un proyecto político y como una herramienta al medio para un proyecto político de construcción de otra sociedad. A lo 'popular' lo leemos desde el punto de vista de los sujetos que son los que tienen la voz en el canal, los trabajadores y trabajadoras, quienes laburamos y quienes vendemos nuestra fuerza de trabajo, y preferentemente, en eso, los grupos que se están organizando, que están saliendo a la calle, etc. Y 'autogestionado' que tiene que ver, justamente, con la ruptura con el modo de producción capitalista que plantea que hay un patrón que piensa y que se queda con la plusvalía y empleados que trabajan y

ejecutan. Entonces, con esas definiciones apuntamos a decir todo eso que es muy complejo pero que son las ideas más fuertes.

Siguiendo esto, para nosotros el Espacio Público son las calles, son las universidades, las fábricas; tenemos una presencia, como actores, en todos esos espacios, cada vez que salimos a la calle, dialogando con la gente en la calle, participando en actividades culturales, contando los conflictos pero también contando la producción de cultura y entretenimiento popular, contando nuestro cine, el que hacen nuestras productoras militantes e independientes, contando nuestro teatro, contando nuestro trabajo, nuestra forma de ser y de estar en el mundo, contando las luchas que se generan cotidianamente, contra los cortes de luz, contra el tarifazo, contra los despidos, por mejores condiciones laborales, por la defensa a las fábricas recuperadas. Para nosotros el Espacio Público es un espacio de hacer, de expresión, de militancia, y donde nosotros construimos y donde nos definimos como una herramienta de comunicación.

Ahora, eso no quita que vos tengas construido un estudio en una fábrica, porque, también, eso es un Espacio Público; es un espacio de producción cultural. Barricada TV es un lugar enorme que nos quedó chico, porque todo el tiempo viene gente. Es un canal de televisión pero tiene un aire a centro cultural. Pusimos unos sillones afuera porque ya adentro no se podía estar porque a la vez que se estaba haciendo un programa en vivo había más de cinco personas en el estudio y por cuestiones técnicas era imposible. Eso es efecto de que el estudio tiene ese funcionamiento donde lo público y lo privado deja de tener esa discusión, se convierte en un espacio de militancia, de compartir y de encuentro.

De encuentro y de procesamiento político, donde te encontrás con gente, hablás de política, empezás a ver otras cosas y de ahí salen muchas cuestiones movilizadoras; entonces, si decimos nosotros que es una herramienta es por eso, porque está llamado a movilizar, a suturar donde hay división, a acompañar las luchas populares, a agitar y salir a la calle, a acompañar los procesos de lucha. A veces Barricada TV es un lugar en el que se juntan agrupaciones para organizar y discutir planes de lucha; se concentran en el hall y se organizan, por ejemplo, marchas o cosas por el estilo; y eso pasa todo el tiempo.

**9.2. PLANILLA Nº 6
GRILLA DE PROGRAMACIÓN (HOJA 1 DE 4)**

LOCALIDAD: CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES	PROVINCIA: BUENOS AIRES	OFERENTE: ASOCIACIÓN CIVIL TRABAJO EDUCACIÓN Y CULTURA
--	-----------------------------------	--

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
11:30	TU HISTORIA AL	TU HISTORIA AL	TU HISTORIA AL	TU HISTORIA AL	TU HISTORIA AL	TELESUR NOTICIAS	TELESUR NOTICIAS
12:00	AIRE	AIRE	AIRE	AIRE	AIRE	MP3 GIRA LATINA	GUIA TU CUERPO
12:30	RIMAS REBELDES	AUDIENCIAS PUBLICAS PARA EL INTERCAMBIO	FARO	AUDIENCIAS PUBLICAS P/EL INTERCAMBIO	PENSAMIENTO LATINOAMERICANO / CAMPAÑA DE BIEN SOCIAL "LO PODEMOS EVITAR" / LA COSA SE HACE ASI	UN SABOR ME TRAJO HASTA AQUÍ	VIDAS
13:00	THE WORLD	QUE CULPA TIENE EL TOMATE	DOSSIER	PACO URONDO TV	DOSSIER	CARTAGO TV	SÍNTESIS
13:30	TODAY TARIQ ALI			MESA DE PERIODISTAS			CUENTO QUE TE CUENTO
14:00	VIDAS	ATOMUN	GUIA TU CUERPO	ZONA VERDE	ENTRE FRONTERAS	UNA CLASE DE CINE	CLASIFICADOS BARRIALES DE NUESTRAS COMUNAS
14:30	TELESUR NOTICIAS LENGUAJE DE SEÑAS	TELESUR NOTICIAS LENGUAJE DE SEÑAS	TELESUR NOTICIAS LENGUAJE DE SEÑAS	TELESUR NOTICIAS LENGUAJE DE SEÑAS	TELESUR NOTICIAS LENGUAJE DE SEÑAS		
15:00	ENMTV	INCLUYENDO	BARRICADA DEPORTIVA	INCLUYENDO	ENMTV	HORA BACUA	EPOCAS
15:30			CUENTO QUE TE CUENTO				

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

**PLANILLA Nº 6
GRILLA DE PROGRAMACIÓN (HOJA 2 DE 4)**

LOCALIDAD: CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES	PROVINCIA: BUENOS AIRES	OFERENTE: ASOCIACIÓN CIVIL TRABAJO EDUCACIÓN Y CULTURA
--	-----------------------------------	--

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
16:00	LA PRIMERA GENERACIÓN	REDES DEL TRABAJO Y LA AUTOGESTION	DALE FUEGO	ALBA TV	CORRIENTE ALTERNA	ME LAS PAGARAS	ME LAS PAGARAS
16:30				AGENDA POPULAR			
17:00	BAJO LA LUPA DE GALEB	LA TRIBU AUDIOVISUAL	PENSAMIENTO LATINOAMERICANO / CAMPAÑA DE BIEN SOCIAL "LO PODEMOS EVITAR" / LA COSA SE HACE ASI	PATRIA GRANDE		MESA DE PERIODISTAS	ARGENTINA MULTICOLOR
17:30	LA SEÑAL FUTBOL	RIMAS REBELDES	LA HUELLA ESCÉNICA	CUENTO QUE TE CUENTO		LA HUELLA ESCÉNICA	
18:00	ME LAS PAGARAS	ME LAS PAGARÁS	ME LAS PAGARÁS	ME LAS PAGARAS	ME LAS PAGARAS	RESUMEN SEMANAL DE NOTICIAS	RESUMEN SEMANAL DE NOTICIAS
18:30							
19:00	IMPA ES UN BARRIO	BIEN DESPIERTOS	MISERIAS DE LA ECONOMIA	BIEN DESPIERTOS	MISERIAS DE LA ECONOMIA	CORRIENTE ALTERNA	CORRIENTE ALTERNA
19:30		MARX HA VUELTO		NOTICIERO DEL SUR			

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

**PLANILLA Nº 6
GRILLA DE PROGRAMACIÓN (HOJA 3 DE 4)**

LOCALIDAD: CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES	PROVINCIA: BUENOS AIRES	OFERENTE: ASOCIACIÓN CIVIL TRABAJO EDUCACIÓN Y CULTURA
--	-----------------------------------	--

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
20:00	NOTICIERO POPULAR	NOTICIERO POPULAR	NOTICIERO POPULAR	NOTICIERO POPULAR	NOTICIERO POPULAR	CORRIENTE ALTERNA	CORRIENTE ALTERNA
20:30							
21:00	HOY ES EL FUTURO	NUESTRAMERICA	HOY ES EL FUTURO	NUESTRAMERICA	RESUMEN LATINOAMERICAN O	ENTRADA LIBRE Y GRATUITA	DOCUMENTALISTAS ARGENTINOS
21:30					BARRICADA DEPORTIVA		
22:00	DECI MU	NO PASARAN EMPRESAS RECUPERADAS	SUPERLOGICO	DALE FUEGO	SUPERLOGICO		
22:30							
23:00	MEMORIA DEL FUTURO	ECONOMIA POPULAR	HORA BACUA	AGENDA POPULAR	LA HORA DE LOS PUEBLOS	DE RAZONES Y PASIONES	NOTICIERO INSURGENTE
23:30				DOCUMENTAL SEMILLAS			RESUMEN LATINOAMERICAN O

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

**PLANILLA Nº 6
GRILLA DE PROGRAMACIÓN (HOJA 4 DE 4)**

LOCALIDAD: CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES	PROVINCIA: BUENOS AIRES	OFERENTE: ASOCIACIÓN CIVIL TRABAJO EDUCACIÓN Y CULTURA
--	-----------------------------------	--

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
24:00	GLORIAS XENEIZES	ALBA TV	LA HORA DE LOS PUEBLOS	PENSAMIENTO LATINOAMERICANO / CAMPAÑA DE BIEN SOCIAL "LO PODEMOS EVITAR" / LA COSA SE HACE ASI	ALAVIO	SÍNTESIS	ALBA TV
00:30		NOTICIERO DEL SUR		PATRIA GRANDE		TELESUR NOTICIAS	DECIME UNA COSA
01:00	CARTAGO TV	ENMTV	DOCUMENTAL SEMILLAS	CARTAGO TV	LA PRIMERA GENERACION	IMPACTO ECONOMICO	CRUCE DE PALABRAS
01:30			LA SEÑAL FUTBOL			NUESTRAMERICA DEPORTIVA	NUESTRAMERICA DEPORTIVA
TOTAL	14:30	14:30	14:30	14:30	14:30	14:30	14:30
L							

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

9.3. PLANILLA Nº 7

DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN PROPIA

Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	BARRICADA DEPORTIVA	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MIÉRCOLES 15:00HS / VIERNES 21:30HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO VECINOS Y VECINAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Las actividades barriales deportivas en la voz de los vecinos. Este programa destaca el deporte en función de generar inclusión social y mejorar la salud de los ciudadanos, además brindar la posibilidad de entretenimiento o profesionalización. El club de barrio y su historia tienen un lugar destacado en Barricada Deportiva.
GENERO	Información deportiva / Promoción de las actividades barriales.		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. VIVO. Grabación en exteriores día en clubes, canchas, plazas y demás espacios públicos donde se practican deportes desde la inserción comunitaria. Recorrido por los barrios de la CABA, con entrevistas y encuestas a vecinos, y visibilización de clubes barriales que se interesan en el tema. Recorridos registrados con cámara en mano, entrevistas registradas con cámara en trípode. Los informes se editan y luego se presentan en vivo. (Este programa se emite por BTV desde 2012).		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	En la calle: un micrófono alámbrico. Una cámara canon 60d. Un trípode. En piso: Un switcher digital. Una consola de sonido, computadora para automatización de TV. Dos cámaras HD Panasonic AG-HMC81, un set completo de micrófonos corbateros y bases. Dos trípodes. Set de luces, trípode de luces. Cables y conectores.	MEDIOS PERSONALES	En la calle: Un entrevistador que a su vez es el productor, un camarógrafo que luego es el editor. En el piso: el entrevistador de la calle es el presentador. Dos camarógrafos, un director de cámaras, un switch master o director central, un sonidista.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN PROPIA
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	CLASIFICADOS BARRIALES DE NUESTRAS COMUNAS	DIA Y HORA DE TRANSMISION	DOMINGOS 14:00HS
AUDIENCIA	JUVENTUD/ ADULTOS / VECINOS Y VECINAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Espacio abierto a la comunidad destinado a ofertar y demandar productos y servicios en las Comunas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
GENERO	SERVICIO A LA COMUNIDAD / BOLSA DE TRABAJO / PROMOCIÓN DE ACTIVIDADES BARRIALES Y LOCALES.		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. DIFERIDO. Tomando como referencia los clasificados barriales y avisos que llegan a las vías de contacto del canal, se realiza la grabación con voz en off sumado a la imagen estática del contacto directo con el demandante o oferente del servicio.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Un micrófono dinámico, una consola de sonido, una computadora para edición.	MEDIOS PERSONALES	Un conductor para voz en off, un editor, un productor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	CORRIENTE ALTERNA	DIA Y HORA DE TRANSMISION	VIERNES 16:00HS / SÁBADOS 19:00HS / DOMINGOS 19:00HS
AUDIENCIA	ADOLESCENTES Y JOVENES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Música, bandas alternativas en vivo, artistas jóvenes y entrevistas a fondo para indagar acerca de su historia y modos de concebir la relación entre cultura y juventud. Las bandas under y las propuestas adolescentes y juveniles tienen un espacio para mostrar su arte en Barricada TV. Programa realizado en el marco del Bachillerato Popular IMPA.
GENERO	ESPACIO ESPECÍFICO PARA ADOLESCENTES Y JÓVENES / PROGRAMA MUSICAL / ESPACIO CULTURAL		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. VIVO. Grabación en exteriores de recitales y festivales artísticos coordinadas con anterioridad con las bandas o artistas. Entrevistas en vivo a los integrantes invitados al piso, para variar entre la historia de la banda y los recitales previamente grabados. Variación entre cámara en trípode para entrevistas y cámara en mano desde el público durante los recitales, que sugiere una filmación no ensayada y sin preparación. Sorteos de premios en vivo. (Este programa se emite por BTV desde el inicio de sus transmisiones, en 2010, con participación de estudiantes de los Bachilleratos Populares de IMPA en la conducción y las cámaras).		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	En piso: Un switcher digital. Una consola de sonido, computadora para automatización de TV. Dos cámaras HD Panasonic AG-HMC81, un set completo de micrófonos corbateros y bases. Dos trípodes. Set de luces. En recitales y actividades culturales en exteriores: dos cámaras HD handycam, un sistema de grabación de sonido tascam, un micrófono, una luz de cámara.	MEDIOS PERSONALES	En piso: dos conductores, dos camarógrafos, un director de cámaras, un switch master o director central, un sonidista En exteriores: un camarógrafo/editor, un entrevistador/productor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	DALE FUEGO	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MIÉRCOLES 16:00HS / JUEVES 22:00HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Programa de entrevistas en profundidad sobre temas clave de nuestra sociedad y el mundo, haciendo eje en la necesidad de la transformación social. La reconstrucción de la historia sobre momentos políticos controversiales o facetas poco conocidas de personajes de la sociedad argentina.
GENERO	PROGRAMA DE ANÁLISIS POLÍTICO, CULTURAL Y DE DERECHOS HUMANOS / PROGRAMA DE HISTORIA Y DEBATE / PROMOCIÓN DE LOS VALORES NACIONALES Y DEFENSA DE LA SOBERANÍA		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. VIVO. El entrevistador arma la agenda de invitados mensual, contacta con los mismos y los invita para la salida en vivo. Realiza una lista de temáticas que entrega al productor, quien prepara las imágenes para fondo y/o archivo. El equipo de grabación prepara el estudio: iluminación, micrófonos, puesta en escena. La producción prepara las imágenes para dar color a la entrevista y coordina con la dirección para emitirlas en momentos específicos del programa. (Este programa se emite por BTV desde 2011).		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Un switcher digital. Una consola de sonido, computadora para automatización de TV. Dos cámaras HD Panasonic AG-HMC81, un set completo de micrófonos corbateros y bases. Dos trípodes. Un slider y un trípode disponibles para tercera cámara (handycam o canon). Set de luces, trípode de luces. Cables y conectores.	MEDIOS PERSONALES	Un conductor, un camarógrafo que atiende dos cámaras, un director de cámaras, un switch master, un sonidista, un productor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	DE RAZONES Y PASIONES (Historias que preparan otro futuro)	DIA Y HORA DE TRANSMISION	SÁBADOS 23:00HS
AUDIENCIA	ADULTOS / ADULTOS MAYORES ESTUDIANTES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Entrevistas a personajes que participaron en la vida política argentina y cuyas vidas se iniciaron en el período de entreguerras del siglo pasado. En diálogo con Eduardo Lucita, se busca reconstruir a través de la mirada de los invitados distintos acontecimientos de la nuestra historia.
GENERO	PROMOCIÓN DE LOS VALORES NACIONALES Y DEFENSA DE LA SOBERANÍA / IDENTIDAD LATINOAMERICANA / ESPACIO CULTURAL		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. DIFERIDO. El entrevistador envía la lista de posibles entrevistados al productor, quién se encarga de contactarlos y coordinar la grabación, que generalmente en el domicilio del entrevistado o en locaciones elegidas por la producción del programa. Se traslada el equipo técnico para el momento de la grabación, organizando la puesta en escena. Un montajista realiza la edición una vez finalizada la grabación. HAY UN CICLO DE 12 CAPÍTULOS GRABADOS Y OTROS DOCE EN ETAPA DE POSPRODUCCION.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Dos trípodes, dos cámaras HD canon 60d, dos micrófonos inalámbricos con sus respectivas bases, un set de luces.	MEDIOS PERSONALES	Un productor/camarógrafo, un camarógrafo/editor, un entrevistador.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	DOCUMENTAL SEMILLAS	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MIÉRCOLES 01:00HS / JUEVES 23:30HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO VECINOS Y VECINAS, JOVENES, ESTUDIANTES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Diferentes alternativas a la crisis que plantea este mundo capitalista, sus injusticias y calamidades, donde los movimientos territoriales de base van encontrando su camino, en esa búsqueda de construir un nuevo mundo. Mostraremos cómo el trabajo de muchos sirve a unos pocos pero detrás de esta ilusión está el trabajo verdadero y colectivo de los trabajadores y campesinos del mundo, la sabiduría de todos los pueblos que construyen la sociedad en la que vivimos, y cuya fuerza de trabajo esta enajenada a la producción capitalista y al consumismo. Este programa analiza por un lado el sistema de producción agroexportador y por otro lado demuestra capitulo tras capitulo que el poder está en nuestras manos, compartiendo con la teleaudiencia la lucha histórica por la tierra de los movimientos de base de todo el continente.
GENERO	IDENTIDAD LATINOAMERICANA / PROMOCION ACTIVIDADES REGIONALES / PUEBLOS ORIGINARIOS		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. DIFERIDO. El productor coordina con los entrevistados de acuerdo a la temática, y se traslada con el conductor hasta el lugar del conflicto para grabar las entrevistas e imágenes que lo ilustren. El montajista se reúne con el material y el director/productor del programa, quienes le dan forma final (30 CAPÍTULOS GRABADOS).		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Una cámara HD, un trípode, dos micrófonos inalámbricos, una consola para grabación de audio.	MEDIOS PERSONALES	Un conductor/entrevistador, un productor/director/camarógrafo, un editor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	ECONOMÍA POPULAR	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES 23:00HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO / ESTUDIANTES TRABAJADORES Y TRABAJADORAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Serie que apunta, en forma de curso didáctico, a formar a trabajadores y trabajadoras en general respecto de nociones básicas de Economía Política para su aplicación en los temas cotidianos. Los asuntos económicos tratados de manera simple, al alcance de todos, para que el público pueda debatir sobre los temas económicos corrientes. El objetivo es instalar los debates de la economía como parte de una ciencia social aplicada y no como una ciencia matemática, dura o neutral como se la suele presentar.
GENERO	ESPACIO EDUCATIVO / ANALISIS POLÍTICO-ECONÓMICO		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. DIFERIDO. Programa en formato de clases en las cuales los televidentes podrán participar de la formación de Economía Popular dictada en la Universidad de los Trabajadores, dentro de la fábrica metalúrgica recuperada IMPA. HAY 7 CAPÍTULOS GRABADOS. SE GRABA UN PROGRAMA POR SEMANA.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Una cámara HD, un micrófono, un trípode, una consola de sonido, una computadora para editar.	MEDIOS PERSONALES	Un productor/editor, un camarógrafo. Docentes y estudiantes que participan de las clases.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	ENTRADA LIBRE Y GRATUITA	DIA Y HORA DE TRANSMISION	SÁBADOS 21:00HS
AUDIENCIA	TODO PÚBLICO	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Cine libre y de dominio público organizado mensualmente en ciclos según diversas temáticas. Las películas de ficción son presentadas mediante una charla-debate previa, con invitados de acuerdo al tema a tratar, que ubica el film en un ciclo particular: el periodismo en el cine, el cine y el amor, el cine y la guerra, la escuela en el cine, la familia en el cine, etc.
GENERO	CINE NACIONAL E INTERNACIONAL FICCION		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION PROPIA. VIVO. Un productor selecciona las películas a ser emitidas durante el ciclo mensual. De acuerdo a la temática, el productor contacta a los posibles entrevistados y coordina con ellos para la entrevista en vivo. Los entrevistados pueden ser personas vinculadas con el mundo del cine o personas vinculadas con la temática: maestros, historiadores, periodistas, etc. Luego de un debate de media hora sobre el tema en cuestión, que sirve para contextualizar la película, se proyectan los films.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Un switcher digital. Una consola de sonido, computadora para automatización de TV. Dos cámaras HD Panasonic AG-HMC81, un set completo de micrófonos corbateros y bases. Dos trípodes. Un slider y un trípode disponibles para tercera cámara (handycam o canon). Set de luces, trípode de luces. Cables y conectores.	MEDIOS PERSONALES	Un productor/conductor, dos camarógrafos, un director de cámaras, un switcher master, un sonidista.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	ÉPOCAS	DIA Y HORA DE TRANSMISION	DOMINGOS 15:00HS
AUDIENCIA	JOVENES, ADULTOS, ADULTOS MAYORES, TRABAJADORES, ARTISTAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Épocas es un programa conducido por el poeta Vicente Zito Lema. Cultura, filosofía, política y trabajo se conjugan en las conversaciones comprometidas desde una mirada sensible. Se trata de entrevistas en profundidad acerca de la relación entre el arte y la política.
GENERO	PROGRAMA ARTÍSTICO / ESPACIO CULTURAL / DDHH / HISTORIA RECIENTE		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. DIFERIDO. Entrevistas a fondo alrededor de un escritorio a personalidades del arte y la política, grabados en distintas partes de los interiores la fábrica recuperada IMPA, la metalúrgica autogestionada que funciona en Almagro, en el centro porteño. Esta estética fabril busca hacer eje entre cultura y política, atendiendo a la perspectiva de trabajadores y trabajadoras. HAY 14 CAPÍTULOS EDITADOS, EN LA ACTUALIDAD SE ESTÁ RODANDO LA 2da. TEMPORADA.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Dos cámaras hd canon 60d, dos micrófonos inalámbricos con sus respectivas bases, dos trípodes, una consola de sonido, una computadora para editar.	MEDIOS PERSONALES	Un productor/editor, dos camarógrafos (uno de ellos hace sonido), un conductor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	HOY ES EL FUTURO	DIA Y HORA DE TRANSMISION	LUNES Y MIERCOLES 21:00HS
AUDIENCIA	ADOLESCENTES, ESTUDIANTES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Programa de música de estilo independiente, con entrevistas en vivo y acústicos de las bandas de la escena alternativa local. Hay sorteos de CD y remeras de las bandas. El público fan de la banda, vía centros de estudiantes, participa en el programa.
GENERO	ESPACIO PARA ADOLESCENTES Y JÓVENES / RECITALES EN VIVO / MAGAZINE CULTURAL		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION PROPIA. VIVO. Un productor coordina con las bandas y los invita al piso. Los conductores dialogan con los invitados. Las entrevistas varían con imágenes tomadas de los demos de las bandas, y se desarrollan durante los dos primeros bloques. El tercero y cuarto bloque las bandas tocan en vivo, ante el público que se acercó al estudio, para lo cual se convocan jóvenes a través de los centros de estudiantes de la zona de la banda. Variación entre cámara en trípode y cámara en mano, para darle una estética más dinámica, juvenil y alternativa. El programa se emite en vivo desde 2014 y de él han participado numerosas bandas conformadas por alumnos de las escuelas de la zona.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Un switcher digital. Dos consolas de sonido (una en control, otra en el piso para las bandas), computadora para automatización de TV. Dos cámaras HD Panasonic AG-HMC81, un set completo de micrófonos corbateros y bases. Dos micrófonos inalámbricos. Micrófonos dinámicos y trípodes de pie para micrófonos. Dos parlantes para retorno. Dos trípodes. Set de luces, trípode de luces. Cables y conectores.	MEDIOS PERSONALES	Dos conductores, dos camarógrafos, un productor (general y de piso), un sonidista, un switch master, un director de cámaras.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	IMPA ES UN BARRIO	DIA Y HORA DE TRANSMISION	LUNES 19:00HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO VECINOS Y VECINAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	La cultura popular, las expresiones comunitarias y los saberes de las y los vecinos de las comunas porteñas, a partir de la presencia resistente de IMPA en la ciudad. "Ocupar, resistir y producir" que significa trabajo, pero también cultura.
GENERO	PROMOCIÓN DE ACTIVIDADES BARRIALES Y LOCALES / INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL, FERIAS Y MERCADOS. ESPACIO PARA LA FAMILIA		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. DIFERIDO. Registro de las actividades al aire libre y dentro de espacios culturales, comunitarios y sociales, realizadas por vecinos y vecinas de las comunas porteñas. Se graban entrevistas y se montan con imágenes de las actividades realizadas en ferias, mercados, plazas y calles porteñas. HAY 12 CAPÍTULOS YA GRABADOS Y VARIAS HORAS REGISTRADAS.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Una cámara HD canon T5i, un micrófono alámbrico, una computadora para editar.	MEDIOS PERSONALES	Un productor/entrevistador, un camarógrafo/editor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	INCLUYENDO	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES Y JUEVES 15:00HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO / PERSONAS CON DISCAPACIDAD	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Un programa destinado a las personas con discapacidad, un colectivo al cual pocos medios le dan su verdadera importancia, y a la sociedad en general para comprender la realidad de las personas con discapacidad y sus familias. Haciendo foco en el tratamiento de la discapacidad en la Ciudad de Buenos Aires, el conductor y periodista Juan Carlos Sánchez quién sobrelleva hipoacusia desde pequeño, trata temas sensibles a la comunidad y realiza entrevistas sobre la temática. El prof. Sánchez, vecino de Caballito, trajo la propuesta al canal y hoy es uno de los principales programas de producción propia. ESTE PROGRAMA SE EMITE CON SUBTITULADO.
GENERO	PERSONAS CON DISCAPACIDAD / ESPACIO EDUCATIVO / DDHH		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. DIFERIDO. El conductor realiza entrevistas en piso, con una escenografía propia, y responde consultas sobre las principales demandas de las personas con discapacidad, que se alternan con imágenes de archivo previamente seleccionadas. El programa se graba en el estudio como “falso vivo”. El archivo se entrega al conductor para su revisión, quien coloca digitalmente los subtítulos para facilitar el acceso de las personas con disminución auditiva. EL PROGRAMA SE EMITE DESDE 2011.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Un switcher digital. Una consola de sonido, una computadora para automatización de TV que graba el programa. Dos cámaras HD Panasonic AG-HMC81, un set completo de micrófonos corbateros y bases. Dos trípodes. Set de luces. Cables y conectores.	MEDIOS PERSONALES	Un conductor, un productor/editor, un sonidista, un director de cámaras, un switcher master.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

**PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN**

Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	NOTICIERO POPULAR	DIA Y HORA DE TRANSMISION	LUNES A VIERNES 20:00HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO TRABAJADORES Y TRABAJADORAS VECINOS Y VECINAS MOVIMIENTOS SOCIALES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Resumen de las noticias construido desde una mirada comprometida con los/as trabajadores/as y el pueblo. Con coberturas en la Ciudad y el país, y entrevistas a los sectores que no encuentran visibilidad en los grandes medios. Entrevistas y columnas con los acontecimientos centrales de la semana.
GENERO	INFORMATIVO PERIODÍSTICO LOCAL Y NACIONAL		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. VIVO. La producción del programa arma la agenda de noticias diaria a partir de la agenda de las organizaciones y movimientos sociales. Informes: El equipo de producción coordina coberturas asegurando la disponibilidad del equipo técnico. Estas pueden ser realizadas en un espacio público (acto, manifestación, etc.) o en un espacio privado (entrevista en alguna organización, etc.). Las grabaciones se realizan con un despliegue práctico reducido: dos personas, un camarógrafo y un entrevistador. La modalidad consiste en realizar entrevistas y luego tomar imágenes varias para favorecer el montaje. El material bruto se entrega al editor para que el corte final esté listo para la emisión en vivo del noticiero. Emisión en vivo: Todo el equipo llega una hora antes de la emisión del programa y, mientras camarógrafos, sonidista y switcher master arman el piso, el director y la producción del programa coordinan los informes y entrevistados junto a los dos conductores del noticiero, armando el guión y la hoja de ruta del programa. El noticiero sale en vivo diariamente y es grabado en simultaneo, y luego de la emisión es colgado en la web oficial del canal. ESTE PROGRAMA SE EMITE DESDE QUE COMENZARON LAS TRANSMISIONES, EN 2010, Y CUENTA CON FINANCIAMIENTO DE LA LINEA FOMECA 6 AFSCA PARA NOTICIERO DIARIO (CONVENIO EN LA SOLAPA CON ESE NOMBRE, DENTRO DE ESTE CAPÍTULO). EN ESTE MARCO, SE PROPONE INCORPORAR INTÉRPRETE LENGUAJE DE SEÑAS.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	En piso: 1 switcher digital. Una consola de sonido, computadora para automatización de TV. Dos cámaras HD Panasonic AG-HMC81, un set completo de micrófonos corbateros y bases. Dos trípodes. Set de luces, trípode de luces. Cables y conectores. En calle: un mic alámbrico. Cámara canon 60d. Un trípode. Computadora p/editar.	MEDIOS PERSONALES	En vivo: Un director de cámaras, un switcher master, un productor/sonidista, dos camarógrafos, dos conductores. En las coberturas: un entrevistador y un camarógrafo.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	NUESTRAMERICA	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES Y JUEVES 21:00HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO MIGRANTES /ESTUDIANTES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Una mirada alternativa a los acontecimientos de nuestro continente y el mundo desde colectivos migrantes en Argentina, quienes acercan un análisis crítico del pasado y la actualidad, con voces populares, de personalidades políticas y académicas que rompen el cerco mediático. Las vivencias de pueblos nuestroamericanos a través de los ojos de estudiantes que migraron a la Argentina.
GENERO	IDENTIDAD LATINOAMERICANA / PUEBLOS ORIGINARIOS / COMUNIDADES Y MINORÍAS / PROMOCION DE DERECHOS HUMANOS		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. VIVO. La producción contacta a los entrevistados del día y prepara las imágenes grabadas previamente o de archivo que se alternarán durante la salida en vivo. Las entrevistas y conversaciones se realizan en un ambiente cómodo que invita a la reflexión. La escenografía propia del programa se levanta en el estudio 2, con fondo negro y sillones, sumados a una iluminación que busca destacar un clima reflexivo. ESTE PROGRAMA SE EMITE DESDE 2012.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Un switcher digital. Una consola de sonido, computadora para automatización de TV. Dos cámaras HD Panasonic AG-HMC81, un set completo de micrófonos corbateros y bases. Dos trípodes. Set de luces, trípode de luces. Cables y conectores.	MEDIOS PERSONALES	Un director de cámaras, un switcher master, un productor, dos camarógrafos, dos conductores.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	QUÉ CULPA TIENE EL TOMATE	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES 13:00HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO MOVIMIENTOS SOCIALES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Cocina popular desde las organizaciones de base, quienes resuelven cotidianamente las necesidades de importantes sectores de nuestro pueblo. Comedores populares, ollas, cooperativas de trabajo, restaurantes recuperados se irán expresando a través de la pantalla, combinando la realización de un plato con la historia de su organización.
GENERO	GASTRONÓMICO / ESPACIO CULTURAL		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION PROPIA. DIFERIDO. Un productor contacta a los espacios y personas a entrevistar y coordina la visita del equipo técnico para el rodaje. Durante la grabación se realizan entrevistas generales y se graba la elaboración completa de un plato, mientras se conversa con la persona que cocina. HAY 12 CAPÍTULOS GRABADOS, LA 2da. TEMPORADA ESTÁ EN PRE-PRODUCCION.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Dos cámaras canon hd 60d, una consola de sonido, dos micrófonos inalámbricos, set de luces.	MEDIOS PERSONALES	Un productor/editor, dos camarógrafos (uno de ellos chequea el sonido).

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	CUENTO QUE TE CUENTO	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MIÉRCOLES 15:30HS / JUEVES 17:30HS / DOMINGOS 13:30HS
AUDIENCIA	INFANTIL	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Programa infantil donde vecinos y vecinas, docentes, niños y niñas, referentes de la comunidad leen en vivo cuentos infantiles. Con este programa se busca fomentar el placer por la lectura.
GENERO	PROGRAMA ESPECÍFICO PARA NIÑOS Y NIÑAS		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION PROPIA. VIVO. El programa sale en vivo. El productor selecciona una biblioteca de cuentos de escritores argentinos y latinoamericanos. En una escenografía propia, una persona que puede ser un vecino o vecina, trabajadores/as, niños y niñas, docentes, integrantes del colectivo Barricada TV o referentes culturales presentan el libro y citan texto y autor, se mantiene en el zócalo de la pantalla durante toda la lectura. La lectura se musicaliza en vivo y la puesta de cámaras es a dos cámaras, una en plano general y otra en plano corto y detalles.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	2 cámaras hd, dos trípodes, un micrófono corbatero alámbrico y su base, set de luces, switcher digital, computadora para automatización de TV.	MEDIOS PERSONALES	Un productor, un lector/conductor, un camarógrafo para dos cámaras, un director de cámara, un switcher master.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	RESUMEN SEMANAL DE NOTICIAS	DIA Y HORA DE TRANSMISION	SÁBADOS Y DOMINGOS 18:00HS
AUDIENCIA	JÓVENES, ADULTOS ADULTOS MAYORES TRABAJADORES Y TRABAJADORAS, VECINOS Y VECINAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Para ponerse al día con las noticias, repasamos en dos horas las noticias y entrevistas más destacadas de la semana, desde la óptica de Barricada TV.
GENERO	INFORMATIVO PERIODISTICO LOCAL Y NACIONAL		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. VIVO. La producción del noticiero realiza una selección con los informes y entrevistas destacadas de la semana para su emisión en un compilado de dos horas, que son presentadas por un conductor en piso.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Un switcher digital. Una consola de sonido, computadora para automatización de TV. Dos cámaras HD Panasonic AG-HMC81, un set completo de micrófonos corbateros y bases. Dos trípodes. Set de luces, trípode de luces. Cables y conectores.	MEDIOS PERSONALES	Un conductor, un switcher master, un director, un camarógrafo.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	RESUMEN LATINOAMERICANO	DIA Y HORA DE TRANSMISION	VIERNES 21:00HS / DOMINGOS 23:30HS
AUDIENCIA	JOVENES, ADULTOS Y ADULTOS MAYORES MOVIMIENTOS SOCIALES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Conducido por el periodista Carlos Aznárez, el programa recorre a partir de entrevistas e informes la realidad latinoamericana.
GENERO	INFORMATIVO PERIODÍSTICO NACIONAL - INTERNACIONAL / PROGRAMA DE ANÁLISIS POLÍTICO-ECONÓMICO / INTEGRACIÓN LATINOAMERICANA		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION PROPIA. DIFERIDO. El conductor y productor coordina con entrevistados posibles o informes a realizar, y si los informes son de otros puntos del país o del resto de la región se comunica con los responsables para el envío del material. La entrevista se realiza en piso, a dos cámaras, y se graba mezclada para su posterior emisión. ESTE PROGRAMA SE GRABA REGULARMENTE DESDE 2012, DOS CAPÍTULOS SEMANALES DE MEDIA HORA.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Dos cámaras HD, dos micrófonos alámbricos corbateros y sus bases, una consola de sonido, una computadora, set de luces.	MEDIOS PERSONALES	Editor, un productor / conductor, un director, un sonidista

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	MISERIAS DE LA ECONOMÍA	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MIÉRCOLES Y VIERNES 19:00HS
AUDIENCIA	JOVENES, ADULTOS Y ADULTOS MAYORES TRABAJADORES Y TRABAJADORAS ESTUDIANTES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Un programa de economía crítica pero también de crítica a la economía, conducido por Eduardo Lucita, de Economistas de Izquierda (EDI). A partir de debates con invitados se busca dar herramientas a los trabajadores y trabajadoras en general para el análisis de la realidad actual, además de reivindicar las luchas sindicales. Para comprender los acontecimientos económicos del presente desde una perspectiva histórica.
GENERO	PROGRAMA DE ANÁLISIS POLÍTICO-ECONÓMICO		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. EN VIVO. Programa de entrevistas a trabajadores y trabajadoras sindicales, académicos y especialistas dedicados al análisis de las luchas en torno a la economía política. Realizado en los estudios de Barricada TV con salida en vivo. El conductor coordina con los entrevistados y envía los temas al productor para la preparación de imágenes para utilizar en el vivo como fondo. ESTE PROGRAMA SE EMITE DESDE EL INICIO DE LAS TRANSMISIONES, EN 2010.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Un switcher digital. Una consola de sonido, computadora para automatización de TV. Dos cámaras HD Panasonic AG-HMC81, un set completo de micrófonos corbateros y bases. Dos trípodes. Set de luces, trípode de luces. Cables y conectores.	MEDIOS PERSONALES	Un conductor, un switcher master, un director/productor, dos camarógrafos.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	MEMORIA DEL FUTURO	DIA Y HORA DE TRANSMISION	LUNES 23:00HS
AUDIENCIA	JÓVENES / ADULTOS / ADULTOS MAYORES TRABAJADORES Y TRABAJADORAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	El proyecto documental "La teoría crítica hoy: Memoria del Futuro", se trata de una introducción al Marxismo, pero en formato audiovisual. Para comprender la teoría marxista en forma dinámica. Dirigido por Néstor Kohan y por Centro de Investigación en Pensamiento Crítico – CIPEC, la Cátedra Che Guevara y la Cátedra "De la teoría social de Marx a la teoría crítica latinoamericana" de la Facultad Cs. Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
GENERO	ESPACIO EDUCATIVO PEDAGÓGICO		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN PROPIA. DIFERIDO. Se graban las clases, charlas y disertaciones de manera completa, a una cámara. Luego se acompaña con imágenes de archivo para ilustrar durante todo el programa. YA SE ENCUENTRAN GRABADOS 14 CAPÍTULOS.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Una cámara, un micrófono, una computadora, set de luces.	MEDIOS PERSONALES	Un productor, un conductor, un editor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	LA COSA SE HACE ASÍ	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MIÉRCOLES 17:20HS / JUEVES 00:20HS / VIERNES 12:50HS
AUDIENCIA	ADULTOS / JOVENES / ADULTOS MAYORES TRABAJADORES Y TRABAJADORAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	El objetivo central de la serie “La cosa se hace así” es la promoción de la economía social. El enfoque original en el producto en lugar del más habitual tratamiento desde los procesos de recuperación de fábricas quebradas y puestas a producir por sus trabajadores/as, o desde la conformación de una cooperativa de trabajo, nos permite entrar al tema de la economía social y la autogestión desde su lugar cotidiano en nuestras vidas.
GENERO	DOCUMENTAL / INFORME / MICROPROGRAMA / AUTOGESTIÓN		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION PROPIA. GRABADO. Se contactan las fábricas y cooperativas, que enseguida se visitan para conocer la locación. El productor combina con los trabajadores el día de rodaje, que se realiza de día siguiendo el proceso de producción de un objeto en particular. Las imágenes visten la entrevista al referente de la fábrica o cooperativa. Al inicio del programa, una situación de ficción muy breve ubica el producto en el momento del consumo, como modo de entrar al tema. Ya hay grabados 10 capítulos, financiados por un FOMECA 3, y otros 12 grabados y montados previamente.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Dos cámaras canon 60d, dos trípodes, set de micrófonos corbateros alámbricos, consola para la grabación de audio, dos luces spiderlight de dos tubos con trípodes, isla de edición.	MEDIOS PERSONALES	Un productor/entrevistador, dos camarógrafos, un sonidista.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	ALBA TV	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES 00:00HS / JUEVES 16:00HS / DOMINGOS 00:00HS
AUDIENCIA	TODO PÚBLICO / MIGRANTES / TRABAJADORES Y TRABAJADORAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Un noticiero de colectivos y movimientos de la Patria Grande. Alba TV es un proyecto para la integración y coproducción desde los pueblos dirigida desde Venezuela en la que las televisoras comunitarias del continente articulan en un noticiero para mostrar las luchas populares de cada país.
GENERO	INFORMATIVO PERIODISTICO REGIONAL IDENTIDAD E INTEGRACION LATINOAMERICANA		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	COPRODUCCIÓN. DIFERIDO. Semanalmente un productor de Barricada TV envía los informes y entrevistas realizados en marchas y movilizaciones de todo nuestro continente. Desde ALBA TV se editan estos informen en un noticiero más amplio, que incluye informes de colectivos de otros países de la región. El noticiero tiene como meta articular comunicacionalmente para visibilizar diferentes luchas.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Un micrófono alámbrico. 1 cámara canon 60d. Un trípode. 1 computadora para editar	MEDIOS PERSONALES	Un entrevistador y un camarógrafo/editor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	AUDIENCIAS PUBLICAS PARA EL INTERCAMBIO	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES Y JUEVES 12:30HS
AUDIENCIA	NIÑEZ Y ADOLESCENCIA	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Cada año la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual convoca a la ciudadanía a Audiencias Públicas en todo el país. Son espacios de participación ciudadana donde todas las personas, grupos, organizaciones e instituciones pueden aportar su mirada, su experiencia y sus propuestas sobre los medios audiovisuales de su región. Estas Audiencias Públicas expresan y se sustentan en el reconocimiento de las niñas, niños y adolescentes como ciudadanos y ciudadanas, como sujeto de derecho. Reconocen la trascendencia de sus aportes como actor social específico, legítimo, con capacidad de involucrarse, opinar, aportar y proponer. Su participación es condición de una ciudadanía comunicacional plena y del ejercicio democrático inclusivo.
GENERO	ESPACIO PARA NIÑOS Y NIÑAS / ESPACIO ESPECÍFICO PARA ADOLESCENTES Y JÓVENES/ ESPACIO EDUCATIVO / ESPACIO RECREATIVO		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	COPRODUCCIÓN. En convenio con la Defensoría del Público, Barricada TV se encarga de la edición de los materiales en bruto que son registrados por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual a lo largo y ancho del país. Los niños y niñas registrados en dichos materiales fueron previamente autorizados por sus padres para ser filmados por la Defensoría del público.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Una computadora para edición	MEDIOS PERSONALES	Un editor

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	NO PASARAN EMPRESAS RECUPERADAS	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES 22:00HS
AUDIENCIA	ADULTOS / JOVENES / ADULTOS MAYORES TRABAJADORES Y TRABAJADORAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Un programa de fábricas recuperadas conducido por los trabajadores y trabajadoras de IMPA. La experiencia del trabajo sin patrón y en cooperativa desde la mirada de referentes de otras fábricas recuperadas, poblando la Ciudad de Buenos Aires con trabajo digno.
GENERO	AUTOGESTIÓN		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PROGRAMA PROPIO. DIFERIDO. Programa de entrevistas a trabajadores y trabajadoras de fábricas recuperadas. El programa está grabado tanto dentro de la fábrica IMPA en lugar de trabajo cotidiano como en las fábricas de las que tratan las entrevistas dando a conocer la experiencia. La producción coordina con los entrevistados y éstos se acercan a IMPA para grabar la entrevista y luego se coordina la visita a la fábrica. ESTE PROGRAMA SE EMITE DESDE EL INICIO DE LAS TRANSMISIONES, EN 2010.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Dos cámaras canon 60d, dos trípodes, set de micrófonos corbateros alámbricos, consola para la grabación de audio, dos luces spiderlight de dos tubos con trípodes, isla de edición.	MEDIOS PERSONALES	Un productor/entrevistador, dos camarógrafos, un sonidista.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	NOTICIERO DEL SUR	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES 00:30HS / JUEVES 19:30HS
AUDIENCIA	TODO PÚBLICO / MIGRANTES / TRABAJADORES Y TRABAJADORAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Noticias latinoamericanas desde la perspectiva articulada de colectivos comunicacionales y políticos del continente latinoamericano. Como ejes temáticos, las luchas en común por la soberanía y la independencia de nuestros pueblos.
GENERO	INFORMATIVO PERIODISTICO REGIONAL		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PROGRAMA PROPIO. VIVO. Noticiero realizado con materiales de medios de diversos colectivos comunicacionales de nuestro continente. Copetes y editoriales se realizan en estudios de Barricada TV.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Un switcher digital. Una consola de sonido, un automatizador de video. Dos cámaras HD Panasonic AG-HMC81, un set completo de micrófonos corbateros y bases. Dos trípodes. Set de luces, trípode de luces. Cables y conectores.	MEDIOS PERSONALES	Un conductor, un switcher master, un director/productor, dos camarógrafos

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	NOTICIERO INSURGENTE	DIA Y HORA DE TRANSMISION	DOMINGOS 23:00HS
AUDIENCIA	ADULTOS JOVENES ADULTOS MAYORES TRABAJADORES Y TRABAJADORAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	El día a día de la militancia por la paz en Nuestraamérica. La Paz en el continente depende de la solidaridad de todos los pueblos de la región con el pueblo colombiano, por eso en el informativo se sigue paso a paso el proceso de Paz en Colombia a través de declaraciones, entrevistas y sentimientos de su pueblo, tanto en Colombia como en La Habana, lugar donde se vive la mesa de diálogos. COPRODUCCIÓN
GENERO	INFORMATIVO PERIODISTICO INTERNACIONAL / ANALISIS POLITICO / IDENTIDAD LATINOAMERICANA		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	COPRODUCCION. El productor trabaja con los materiales brutos realizados a través de las coberturas de las agencias colombianas Agencia de Prensa Rural y REMAP. El material se corta y edita, para realizar un programa de media hora.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Una computadora para edición.	MEDIOS PERSONALES	Un productor/editor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

9.4. PLANILLA Nº 7

DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN INDEPENDIENTE (Selección)

Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	DECIME UNA COSA	DIA Y HORA DE TRANSMISION	DOMINGOS 00:30HS
AUDIENCIA	ADULTOS, ADULTOS MAYORES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Entrevistas mano a mano en la mesa de café. Conduce Gabriel Fernández, de RGTV. RADIO GRAFICA / ASOCIACIÓN CIVIL COLECTIVO GRÁFICO CÓDIGO AFSCA NRO.: PR0ABQ04A0000
GENERO	PROGRAMA DE ANALISIS POLÍTICO-ECONÓMICO / PROGRAMA DE DEBATE		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION LOCAL INDEPENDIENTE. El conductor conversa en profundidad con el entrevistado del día, en una escenografía de fondos oscuros que genera sensación de intimidad. El programa se graba los estudios de Radio Gráfica TV (RGTV), combinando distintos planos (pecho, primer plano, detalles, general) del conductor y el entrevistado mientras toman un café.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	1 cámara PANASONIC P2 AG-HPX250, 2 cámara canon 7d, dos trípodes Manfrotto, una estrella dolly parrilla de luces con 3 Power Flo de 4 tubos, 3 fresneles 1K Dexel, set de micrófonos inalámbricos, cabina de control, tablero de control de luces, dimer y controlfade.	MEDIOS PERSONALES	Conducción Gabriel Fernández. Producción Daniel Glancszpigel. Cámaras y edición Claudio Fortuna.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	RIMAS REBELDES	DIA Y HORA DE TRANSMISION	LUNES 12:30HS / MARTES 17:30HS
AUDIENCIA	ADOLESCENTES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	La cultura Hip Hop vista por Manuel Cullen y Manuel Rivas, quienes recorren en cada capítulo la cronología histórica y la actualidad de esta expresión cultural del Underground argentino que crece cada vez más en nuestro territorio como en el continente. Rap, grafiti, break dance y mucho barrio de la mano de estos dos reconocidos conductores y de las principales figuras de esta escena RADIO GRAFICA / ASOCIACIÓN CIVIL COLECTIVO GRÁFICO CÓDIGO AFSCA NRO.: PROABQ04A0000
GENERO	PROGRAMA ESPECIFICO PARA ADOLESCENTES		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION LOCAL INDEPENDIENTE. Registrados en los estudios de Radio de Radio Gráfica y en exteriores, los conductores a través de intervenciones culturales y entrevistas persiguen la realidad de los barrios a través del hip hop. REALIZACIÓN: RADIO GRÁFICA Dirección: Rodrigo Salinas Investigación: Manuel Cullen y Manuel Rivas. Producción: Ayelen Magnin – Pía Argagnon – Omar Zanarini. Ya hay realizados 12 capítulos.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Dos cámaras canon 7d, dos trípodes Manfrotto, un micrófono corbatero alámbrico, una caña, un micrófono boom, una consola para grabación de audio, una isla de edición.	MEDIOS PERSONALES	Dos camarógrafos, un productor, un editor, un sonidista, dos entrevistadores.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	LA SEÑAL FUTBOL	DIA Y HORA DE TRANSMISION	LUNES 17:30HS / MIÉRCOLES 01:30HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Semanal sobre la actualidad del fútbol argentino, retomando la estética de la radio. RADIO GRAFICA / ASOCIACIÓN CIVIL COLECTIVO GRÁFICO CÓDIGO AFSCA NRO.: PR0ABQ04A0000
GENERO	INFORMACION DEPORTIVA		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION LOCAL INDEPENDIENTE. Semanal sobre la actualidad del fútbol argentino. Con Carlos Aira y José Luis Ponsico. Grabado en el estudio de radio de Radio Gráfica. Producción Daniel Glancszpigel. Cámaras y edición Claudio Fortuna.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Dos cámaras canon 7d, dos trípodes Manfrotto, set de luces, un estudio de radio con controles para la grabación de sonido, una isla de edición.	MEDIOS PERSONALES	Dos conductores, un productor, un camarógrafo/editor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	PENSAMIENTO LATINOAMERICANO	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MIÉRCOLES 17:00HS / JUEVES 00:00HS / VIERNES 12:30HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Pensamiento Latinoamericano es una serie de microprogramas en los que se difunden fragmentos memorables de los pensadores nuestro americanos de todos los tiempos. Cada capítulo se dedica a un pensador, y el segmento discursivo elegido es trasladado a la pantalla a través de las narraciones de jóvenes situados en diversas regiones del país RADIO GRAFICA / ASOCIACIÓN CIVIL COLECTIVO GRÁFICO CÓDIGO AFSCA NRO.: PROABQ04A0000
	IDENTIDAD LATINOAMERICANA		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION LOCAL INDEPENDIENTE. La producción se encarga de seleccionar fragmentos de discursos políticos y momentos históricos de pensadores del continente latinoamericano, que toman protagonismo en cada capítulo del microprograma. Se montan con opiniones e imágenes que ilustran el tema.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Una cámara canon 7d, un trípode Manfrotto, set de luces, un estudio de radio con controles para la grabación de sonido, una isla de edición.	MEDIOS PERSONALES	Un sonidista / un editor / Un productor / un camarógrafo.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	LA TRIBU AUDIOVISUAL	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES 17:00HS
AUDIENCIA	ADOLESCENTES Y JOVENES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Culturas juveniles en acción. Realizado en el barrio de Almagro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en La Tribu Audiovisual jóvenes artistas comparten sus producciones desde el balcón de la radio. AUDIOVISUAL LA TRIBU CÓDIGO AFSCA: PROABE99A0000
GENERO	ESPACIO ESPECÍFICO PARA ADOLESCENTES Y JÓVENES RECITALES / PROGRAMA ARTÍSTICO		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION LOCAL INDEPENDIENTE. El o la cantante tocan desde el balcón de FM La Tribu, en el marco de la programación de la emisora. El audio se toma de la consola de sonido del control de la radio, las imágenes con cámara en mano para dar una estética independiente y alternativa. Salida en diferido.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Sala y controles para la grabación de audio, dos cámaras HD, una isla de edición.	MEDIOS PERSONALES	Dos camarógrafos, toma de sonido de la radio, un editor, un productor que a su vez es productor de la radio.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	AGENCIA PACO URONDO TV / APUTV	DIA Y HORA DE TRANSMISION	JUEVES 13:00HS
AUDIENCIA	JOVENES, ADULTOS, ADULTOS MAYORES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Ciclo de entrevistas donde propone pensar la política argentina tratando de profundizar sobre los debates que propone la agenda comunicacional. Conducido por Joe Cornejo. APUTV CÓDIGO ASFCA EN TRAMITE NRO. 9488
GENERO	INFORMATIVO PERIODÍSTICO NACIONAL / PROGRAMA DE ANÁLISIS POLÍTICO		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN LOCAL INDEPENDIENTE. Un entrevistador realiza entrevista en profundidad a invitados de acuerdo al tema, uno por bloque. Se graba en los estudios del SUTERH a tres cámaras. La mezcla se entrega al editor que realiza la posproducción.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Equipos del estudio de TV del SUTERH: tres cámaras HD, parrilla de luces, micrófonos corbateros inalámbricos. Isla de edición.	MEDIOS PERSONALES	Tres camarógrafos, un director, un sonidista (SUTERH). Un productor, un entrevistador, un editor (APUTV).

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	REDES DEL TRABAJO Y LA AUTOGESTION	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES 16:00HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO TRABAJADORES Y TRABAJADORAS VECINOS Y VECINAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Serie documental de tono reflexivo sobre la autogestión en la Argentina. Fabricas recuperadas y cooperativas de trabajo comparten sus desafíos y sueños en cada capítulo. FACTA CÓDIGO AFSCA: PROABO01A0000
GENERO	IDENTIDAD		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION LOCAL INDEPENDIENTE. Serie grabada. Un equipo técnico reducido visita las fábricas previamente contactadas por el productor, quien a su vez organiza las coberturas a través de la Federación Argentina de Cooperativistas y Trabajadores Autogestionados FACTA. En el lugar se graban entrevistas con trabajadores y se toman imágenes de la fábrica, la producción y el entorno. La productora cuenta con 39 capítulos grabados.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Una cámara HD, una caña con micrófono shootgun hipercardioid, una grabadora de audio, set de luces.	MEDIOS PERSONALES	Un director/productor/editor, un camarógrafo, un sonidista.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	¡TU HISTORIA AL AIRE!	DIA Y HORA DE TRANSMISION	LUNES A VIERNES 11:30HS
AUDIENCIA	INFANTIL	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Espacio dedicado a que los niños envíen sus proyectos audiovisuales, construidas por ellos mismos -con supervisión de adulta-. Registrar y compartir sus juegos en la pantalla para divertirse haciendo otra televisión. MARIA ALEJANDRA GUZZO CASELLI (CINE INSURGENTE). CÓDIGO AFSCA EN TRÁMITE: PR10223
GENERO	ESPACIO ESPECÍFICO PARA NIÑOS/AS		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN LOCAL INDEPENDIENTE. DIFERIDO. Se abre la convocatoria semanalmente por los canales de comunicación con la audiencia para que padres y niños envíen el registro de sus juegos, con la calidad casera. La producción se pone en contacto para tener el permiso de los padres para emitir los materiales. El material, una vez autorizado, se emite en bruto, con pequeños retoques para mantener un estándar mínimo de calidad técnica.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Una computadora para edición.	MEDIOS PERSONALES	Un productor, un editor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	UNA CLASE DE CINE	DIA Y HORA DE TRANSMISION	SÁBADOS 14:00HS
AUDIENCIA	JOVENES, ESTUDIANTES, ADULTOS ESTUDIANTES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Ciclo de charlas y clases sobre dirección de cine, producción, cámara, preparación de proyectos, cine documental, guión, etc. brindadas organizadas por DOCA Documentalistas Argentinos. FERNANDO GABRIEL KRICHMAR CÓDIGO AFSCA EN TRAMITE NRO. PR 10219
GENERO	PROGRAMA DE CINE / PROGRAMA EDUCATIVO		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN LOCAL INDEPENDIENTE. El programa sale grabado. El productor reúne el material registrado en los diversos ciclos organizados regularmente por DOCA, los planilla y entrega al editor. Este monta el material respetando la dinámica de la exposición y el debate con los presentes.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	3 cámaras hd, tres trípodes, equipo de sonido para la clase, una Tascam, una computadora para edición, set de luces, isla de edición.	MEDIOS PERSONALES	Un productor, dos camarógrafos, un editor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	ARGENTINA MULTICOLOR	DIA Y HORA DE TRANSMISION	DOMINGOS 17:00HS
AUDIENCIA	JOVENES, ADULTOS, ESTUDIANTES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Argentina Multicolor es un programa que apunta a difundir las nuevas voces a través del audiovisual, compartiendo el material elaborado por integrantes de la Red de Productoras Audiovisuales Comunitarias (Red PAC) COOPERATIVA PERSEGUIDORES CÓDIGO AFSCA: PROABF05A0000
GENERO	PROGRAMA CULTURAL / PROGRAMA DOCUMENTAL		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN LOCAL INDEPENDIENTE. Un productor prepara los programas mensualmente, recibiendo y visionando los audiovisuales de la Red PAC, y se contacta con los realizadores para invitarlos al vivo. Los dos conductores charlan y entrevistan en piso a los realizadores de las piezas (spots, microprogramas, programas), haciendo énfasis en el modo de producción del material, las vías de financiamiento, los objetivos y el trabajo en red. Luego se exhiben los materiales. Las entrevistas en vivo se realizan en el piso de Barricada TV, con cámaras y micrófonos de la cooperativa y operados por integrantes de la misma.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	De la cooperativa: 2 cámaras hd, dos trípodes, set de micrófonos inalámbricos. De Barricada TV: Set de luces, consola de audio, switcher digital, computadora para control y automatización de TV.	MEDIOS PERSONALES	Un productor (también productor de piso), un director de cámaras, dos conductores, dos camarógrafos, un sonidista.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	BIEN DESPIERTOS	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES Y JUEVES 19:00HS
AUDIENCIA	ADOLESCENTES / ESTUDIANTES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Un espacio de debate entre adolescentes. Cada programa propone un tema de discusión, con una dinámica similar al espacio de asamblea, rescatando la forma de debate que transitan muchos adolescentes en las escuelas públicas de nivel medio del país, en sus espacios de organización y representación, como los centros de estudiantes. MARIA ALEJANDRA GUZZO CASELLI (CINE INSURGENTE). CÓDIGO AFSCA EN TRÁMITE: PR10223
GENERO	ESPACIO ESPECÍFICO PARA ADOLESCENTES Y JÓVENES		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCION LOCAL INDEPENDIENTE: VIVO. En el transcurso de una hora estudiantes debatirán sobre la temática del día de emisión, en general ligada a problemáticas que atañen a adolescentes y jóvenes elegidas por ellos mismos. Una estudiante, quién cumple el rol de conductora, da lugar a los ejes disparadores y a la intervención de invitados, quienes aportarán conocimientos y experiencias sobre el tema a desarrollar. Podrán intervenir el público desde redes sociales. Cerrará el programa la presentación de un joven artista invitado/a: músicos, poetas, actores, etc.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	El vivo se realiza en los estudios de Barricada TV, aportando una cámara HD al estudio que cuenta con otras dos cámaras, set de luces, set de micrófonos, consola de audio, switcher digital y una computadora para automatización de TV. Cables, conectores y trípodes	MEDIOS PERSONALES	Dos camarógrafos, un sonidista, un director, un productor, estudiantes e invitados.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	DECI MU	DIA Y HORA DE TRANSMISION	LUNES 22:00HS
AUDIENCIA	JOVENES Y ADULTOS ESTUDIANTES / MOVIMIENTOS SOCIALES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Decí mu es la propuesta televisiva de la Cooperativa La Vaca. Entrevistas, videos, lectura de poesía en el marco de otra agenda periodística. El programa une de forma muy original el arte y la noticia alternativa. COOPERATIVA LAVACA CÓDIGO AFSCA: PROABE92A0000
GENERO	MAGAZINE CULTURAL		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PROGRAMA INDEPENDIENTE LOCAL. DIFERIDO. Programa grabado en el bar de la Cooperativa La Vaca – MU. Entrevistas a invitados de todas las ramas artísticas, con intervenciones políticas y culturales haciendo énfasis en una forma alternativa de crear noticias y arte. El programa es producido y registrado por integrantes de La Vaca. Luego entregan el material editado a Barricada TV para su emisión.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	2 cámaras canon 7d, dos trípodes Manfrotto, una estrella Dolly, set de luces, set de micrófonos inalámbricos, una isla de edición.	MEDIOS PERSONALES	Dos camarógrafos, un sonidista, un conductor/productor, un editor.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	EN MOVIMIENTO TV (ENMTV)	DIA Y HORA DE TRANSMISION	LUNES 15:00HS / MARTES 01:00HS / VIERNES 15:00HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO VECINOS Y VECINAS MOVIMIENTOS SOCIALES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Una intervención en televisión desde los barrios más humildes de la Ciudad de Buenos Aires. La participación en la construcción de materiales audiovisuales con los vecinos de los barrios y villas de la ciudad, atravesados por las problemáticas que atañen a los vecinos y vecinas más desprotegidos. FM LA CATERVA / ASOCIACIÓN CIVIL LA DIGNIDAD CÓDIGO AFSCA: PROAAT68A0000
GENERO	PROMOCION DE LA PARTICIPACION COMUNITARIA / PROGRAMA DE DDHH		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PROGRAMA INDEPENDIENTE. DIFERIDO. Programa grabado en exteriores en los barrios de la CABA. En interiores, en las locaciones de la radio La Caterna, ubicada en el Barrio de Barracas. En reuniones previas con vecinos y vecinas de movimientos sociales, se plantean las problemáticas a tocar y se realiza un plan de grabación, con entrevistas y registros de situaciones cotidianas en los barrios. Luego se entrega editado a Barricada TV para su emisión.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Una cámara canon 7d, un trípode Manfrotto, un micrófono corbatero alámbrico, una caña, un micrófono boom, una consola para grabación de audio, una isla de edición.	MEDIOS PERSONALES	Un camarógrafo/editor, un conductor, un sonidista.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	FARO TV	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MIÉRCOLES 12:30HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO VECINOS Y VECINAS	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	El programa reúne los trabajos realizados por vecinos y vecinas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en los talleres semestrales de televisión comunitaria dictados por el Colectivo Faro TV, desde su fundación en 2011. Las propuestas van desde la cocina popular hasta los breves de ficción, pasando por el registro de la vida comunitaria en ferias, plazas y mercados. FM LA CATERVA / ASOCIACIÓN CIVIL LA DIGNIDAD CÓDIGO AFSCA: PROAAT68A0000
GENERO	MAGAZINE CULTURAL / VARIETE / PROMOCION DE ACTIVIDADES BARRIALES, FERIAS Y MERCADOS		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA - LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PRODUCCIÓN LOCAL INDEPENDIENTE. Los materiales grabados a lo largo de los años son presentados, junto con los nuevos, por un conductor y una conductora desde el local comunitario donde Faro TV dicta sus talleres. El programa se edita y se entrega para su emisión.		
PLAN INTEGRAL DE PRODUCCION			
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Dos cámaras canon 7d, dos trípodes Manfrotto, un micrófono corbatero alámbrico, una caña, un micrófono boom, una consola para grabación de audio, una isla de edición.	MEDIOS PERSONALES	Dos camarógrafos, un editor, dos conductores, un sonidista.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION

PLANILLA Nº 7
DESCRIPCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
Art. 16 inc. 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	MARX HA VUELTO	DIA Y HORA DE TRANSMISION	MARTES 19:30HS
AUDIENCIA	TODO PUBLICO TRABAJADORES Y TRABAJADORAS ESTUDIANTES	BREVE DESCRIPCION DE CONTENIDO	Marx ha vuelto es una miniserie de ficción basada en el Manifiesto Comunista, ambientada en la Argentina actual. Los trabajadores de una fábrica gráfica sufren suspensiones y despidos; un grupo de ellos se organiza para luchar mientras son dejados de lado por los dirigentes sindicales. Al mismo tiempo, Martín, protagonista de esta historia, se encuentra leyendo el Manifiesto Comunista, y termina por encontrarse con Karl Marx, sin quedar en claro si es sueño o realidad. FERNANDO GABRIEL KRICHMAR CÓDIGO AFSCA EN TRAMITE NRO. PR 10219
GENERO	UNITARIO / FICCIÓN		
ANEXO PARA PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA – LOCAL			
MODALIDAD DE PRODUCCION (Breve descripción de las características)	PROGRAMA INDEPENDIENTE LOCAL. DIFERIDO. Programa de ficción grabado en locaciones de fábricas de la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires en situaciones de conflictos sindicales, y en una locación que simula ser la casa del actor en los momentos que lee en Manifiesto Comunista. Se entrega editado a Barricada TV.		
MEDIOS MATERIALES DE PRODUCCION	Dos cámaras HD, micrófonos inalámbricos y sus bases. Consola de audio, set de luces, dos trípodes. Computadora para editar	MEDIOS PERSONALES	Un productor/Director. Dos camarógrafos, uno de ellos editor, un sonidista, actores y actrices.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	ACLARACION