

Entrevista al responsable  
de Prensa de Afsca Córdoba

# Entrar a la cancha y abrir el juego

***Afsca alienta el desarrollo del sector no lucrativo con un fondo especial: el Fomeca redistribuye el 10% de lo que recauda por impuestos y multas. Es necesario un fuerte acompañamiento de políticas públicas, dice Camilo Ratti.***

Por Clara Presman\*

Fotos Rocío Fornero

**T**res emisoras comunitarias de Córdoba recibieron en 2013, 230 mil pesos cada una para equipamiento. Y seis proyectos de radio y tvé obtuvieron de 20 a 30 mil pesos para generar contenidos. Entre los beneficiarios hay una radio comechingona. En el país se repartieron durante 2014, 20 millones de pesos. “Las organizaciones sin fines de lucro a las cuales la ley permite tener medios, necesitan un acompañamiento muy fuerte del Estado”, dice Camilo Ratti al reflexionar sobre el rol de la Administración Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Afsca). Y agrega: “No es fácil dis-

putar una agenda súper concentrada. Lo importante es trabajar de manera asociativa y producir contenidos comunitariamente”. Egresado de la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC y reconocido periodista gráfico, el autor de *Cachorro, vida y muertes de Luciano Benjamín Menéndez*, es el encargado de Prensa de la Afsca. En diálogo con **El Cactus**, Ratti explica cómo el organismo oficial facilita el surgimiento y desarrollo de los medios sin fines de lucro, con apoyo económico, capacitación y asesoramiento. **—¿Que recursos brinda la AFSCA para la gestión de medios en el marco de la ley?** —Básicamente los recursos son dos: los fondos concursables que se llaman Fomeca (Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comuni-

cación Audiovisual) y los talleres de formación. Los Fomeca son una herramienta distributiva de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Afsca debe destinar a proyectos de comunicación audiovisual o radial comunitarios sin fines de lucro, el 10 % de los gravámenes a los medios con licencia de radio y televisión mas lo que recauda por multas a quienes violan la Ley (artículo 97, inciso f). **—¿En qué consiste la otra herramienta de fortalecimiento, los talleres?** —Son talleres gratuitos, de radio y de producción audiovisual. Se intenta mejorar la producción, principalmente en lo técnico. Hay que contactarse con el delegado de la región y solicitarlos. **—¿Cómo se gestionan estos recursos?** —Martín Sabatella y el equipo de trabajo de

Afsca crearon la Dirección de Proyectos Especiales, justamente para gestionar los proyectos de los medios sin fines de lucro. La Ley plantea un 33% del espectro para el tercer sector, básicamente, los nuevos actores que plantea la ley de medios. Toda la política de financiamiento de Afsca está destinada a apoyar a este nuevo actor, el que más necesita apoyo del Estado.

### –¿Desde cuándo se implementan los Fomeca?

–Este es el segundo año que se llevan a cabo. La primera línea surgió en 2013. Primero destinado a los medios que tenían licencia. Un fondo de 700 mil pesos. En Córdoba lo ganaron La Minga, La Ranchada y FM Sur. Recibieron alrededor de 230 mil pesos para equipamiento. El segundo Fomeca se lanzó en octubre del año pasado. Hubo un millón y medio de pesos más para la producción de contenidos. En Córdoba ganaron tres proyectos de radio y tres de audiovisual. Estos eran de 30 mil pesos para un spot y 20 mil pesos para generar un programa radial. Hay que destacar que se tiene un criterio de reparto federal. El país se divide en seis regiones, para que todas las provincias puedan participar y tener proyectos ganadores.

## Disputar la audiencia e instalar nuevas voces.

### –¿Solo pueden presentarse a concurso los medios con licencia?

–En un primer momento sí. Pero después nos dimos cuenta de que si solo apuntábamos a los medios con licencia dejábamos afuera a un universo de gente que venía haciendo comunicación pero todavía no tenían licencia. Entonces la novedad de los segundos Fomeca fue que la Afsca abrió un registro de productores de contenidos. Ese registro fue destinado a los medios del tercer sector, y permite a todas las organizaciones sin fines de lucro inscribirse como productoras de contenidos con un trámite muy sencillo. Pueden hacerlo asociadas a una radio o a un canal de televisión para emitir los contenidos que producen. Además del registro se repartieron en el país 15 millones de pesos divididos en cuatro líneas de producción: la primera, de 130 mil pesos, destinada al equipamiento de radios; la segunda para equipamiento y producción



de contenidos de radios de pueblos originarios. En Córdoba hay una emisora con licencia perteneciente a la comunidad comechingona; la tercera línea, que está en vigencia actualmente, es para la producción de contenido decanales y productoras audiovisuales sin fines de lucro y por último, una cuarta línea destinada a la producción de contenido para radios y productoras sin fines de lucro que son alrededor de 5 millones de pesos.

### –¿Cuál es la importancia de estos recursos que brinda la Afsca para la plena aplicación de la Ley?

–Las organizaciones sin fines de lucro a las cuales la Ley les permite tener medios necesitan un acompañamiento muy fuerte del Estado, principalmente en materia económica. Entonces los Fomeca, los talleres y el asesoramiento permanente que brinda Afsca, apuntan a acompañar ese proceso que no es fácil. Es sumamente necesario apoyar el surgimiento de estos medios para que realmente puedan ser una alternativa a los tradicionales. El objetivo de la Ley es disputar el sentido, generar otra agenda. Entonces estos nuevos actores necesitan de todas estas herramientas y más, para ser una alternativa real a los oyentes y televidentes. Pensemos en un proceso. Antes estos medios no eran ni reconocidos legalmente, luego se sanciona una ley con mucha discusión social; con participación de actores que eran dejados de lado en la antigua ley. Que se los incorpore y se les dé un 33% del espectro es un enorme avance, aunque no se traduce automáticamente en que van a disputar la agenda a los medios hegemónicos. Hace falta un trabajo de la Afsca y otros organismos del Estado que apoyen y acompañen a estos nuevos medios. No es fácil disputar una agenda súper concentrada. Lo importante es trabajar de manera asociativa y producir contenidos comunitariamente. El objetivo es dejar de estar en el margen, disputar la audiencia e instalar, efectivamente, nuevas voces.

\* Estudiante de la Licenciatura en Comunicación/ ECI/UNC. Colaboradora del Área de Comunicación de Afsca.