

***Interacciones. Revista de la Facultad de Ciencias de la Educación y de la  
Comunicación Social***

**ISSN 2796-9010**

**Núm. 1, año 2021, [pp. 377-381]**

**Reseña: *El audiovisual ampliado II: Tradiciones, estrategias, dinámicas y big data en  
Argentina***

**Marino, Santiago (compilador). Ediciones Universidad del Salvador, 2021, ISBN:  
9789505922819. Buenos Aires, julio 2021**

**La continuidad de los cambios**

Gabriela Pagani\*

Universidad del Salvador

La serie de transformaciones que pusieron en crisis el sistema de medios de comunicación en múltiples dimensiones ofrece diferentes aspectos para el estudio. Desde hace más de diez años, el equipo de investigación que dirige Santiago Marino desarrolla una línea que indaga en los modos en que esos cambios se manifiestan en el sector audiovisual.

---

\* Máster en Sociología por la Universidad Católica Argentina, licenciada en Periodismo y Comunicación Social (Universidad Nacional de La Plata). Realizó el Posgrado en Opinión Pública y Comunicación Política en FLACSO. Docente de grado y de posgrado en USAL y en UCES. Investiga temas de Responsabilidad Social y el vínculo entre empresas y Organizaciones de la Sociedad Civil. Correo electrónico: [gabriela.pagani@usal.edu.ar](mailto:gabriela.pagani@usal.edu.ar)

En ese contexto, 2021 trae la novedad de un nuevo libro elaborado en forma colaborativa: *El Audiovisual Ampliado II*. Después del camino recorrido por la primera entrega en 2016, en la que se aportó una mirada colectiva a partir del concepto que Marino ofrece desde su tesis doctoral (editada en 2013), la nueva versión da cuenta de un conjunto de elementos que se consolida en el estudio, con los agregados de enfocar en la radio y su transición y la expansión del *big data* en el modelo de negocios.

Con prólogo, nuevamente, de Guillermo Mastrini, el estudio del Audiovisual Ampliado se enfoca en el marco de la convergencia. Ese proceso tecnológico combina la expansión de la digitalización con la propia de las redes, y además consolidó las transformaciones en las lógicas de producción, distribución y recepción de bienes y de servicios audiovisuales.

Esta edición propone un recorrido por las aristas económicas, los dilemas regulatorios y el modo en que se consolidó este desarrollo en el uso social, ya que comprende la configuración del espacio público comunicacional y es parte de un debate que seguirá en la cima de las preocupaciones del sector. Los capítulos que componen la obra indagan en los conflictos globales de la regulación del espacio audiovisual, en los modos en que interpela a la TV paga, al cine, a la radio y a la TV abierta, y en la consolidación del *big data* en sus modelos de negocios. Asimismo, este libro lee ese proceso en un contexto tan particular como concreto: la Argentina que sale de una transición política para entrar en otra, mientras desanda el camino de la consolidación de las comunicaciones convergentes.

Como sostiene el compilador de la obra en la contratapa:

si en los estados no se dan políticas públicas que conduzcan la complejidad de su trama, las tendencias que se constatan —como la ampliación de instancias de pago para acceder a contenidos, diferencias en calidades y velocidades de las prestaciones según capacidad económica y zonas geográficas, prácticas de precios predatorios, abusos de posiciones dominantes y de competencias desleales— afectarán, de modo definitivo, a la ciudadanía en la comunicación.

El libro, editado por la Universidad del Salvador, se completa con once artículos. La Introducción, el capítulo 2 (“El audiovisual ampliado argentino: regulación y mercado [2013-2019]”) y el 9 (“El cine argentino en el Espacio Audiovisual Ampliado”) son firmados por el compilador de la obra, quien elabora además las conclusiones, junto a los aportes de Ornella Carboni y Lorena Retegui.

En esta oportunidad, se suma a la lista Ana Bizberge, quien en el capítulo 1 desarrolla un abordaje sobre el audiovisual en Internet y las tensiones para regular el ecosistema digital. Ariel Riera ofrece un análisis sobre la cuota de pantalla, en el que da cuenta de cuánto y cómo de producción local/nacional se incluye en los catálogos de los OTTs y nuevos actores.

Por su parte, Lucía Antonella Ioviero trabaja en los modos de producción que integran a la TV, los productores y los nuevos jugadores del campo en Argentina con su capítulo “La televisión en los tiempos de *streaming*”. Ornella Carboni y Lorena Retegui analizan las estrategias multiplataforma de la televisión abierta comercial en Argentina. Y Cecilia Labate enfoca en el desarrollo de los medios públicos en este contexto.

El recorrido se completa con un abordaje sobre las apuestas audiovisuales de los radios porteños: formatos, rutinas y recursos, firmado por Agustín Espada, junto a un

estudio sobre la expansión a Internet de los medios estatales nacionales durante el kirchnerismo (2003-2015), de Alejandro Linares. Hay, también, un capítulo especial en el quea Alejandra Páez da cuenta de la inserción del *big data* en la TV. Equilibrado en términos de género, el libro ofrece una perspectiva amplia sobre los cambios en la regulación, los catálogos, los procesos productivos y los modelos de negocio.

El objetivo central del libro es ofrecer aportes desde una perspectiva crítica al estudio de la serie de cambios tecnológicos, económicos, regulatorios y en los usos sociales del Espacio Audiovisual Ampliado. Además, leer ese proceso en un contexto tan particular como concreto: la Argentina que sale de una transición política para entrar en otra, mientras desanda el camino de la consolidación de las comunicaciones convergentes.

Hay en el texto una discusión sobre los desafíos regulatorios que se presentan en la configuración del sistema audiovisual frente al surgimiento y proliferación de nuevos jugadores que ofrecen servicios audiovisuales a través de Internet. Y se demuestra la ausencia de consenso internacional sobre el concepto de OTT —incluso no todas las agencias utilizan esta denominación— y la necesidad de trasladar una mirada crítica a los debates sobre los desafíos regulatorios.

En relación con contenidos y estrategias, el trabajo permite identificar que la TV lejos de desaparecer parece encontrar un lugar en la transmisión de contenidos en vivo, mientras busca adaptarse al EAA en líneas de producción, distribución y exhibición con socios novedosos, como productoras y empresas de plataformas. Esa es la discusión que propone la obra en términos integrales, la que consolida otro ladrillo en la pared de los estudios de equipo de jóvenes guiados por Marino.

Como firman las autoras y los autores en la conclusión:

el estudio del Audiovisual Ampliado se enfoca en un marco en desarrollo más amplio: la convergencia, ese proceso tecnológico que combina la expansión de la digitalización más las redes. Y que tiene aristas económicas, dilemas regulatorios y ya está consolidada en el uso social. Ese aspecto configura el espacio público comunicacional y es parte del debate que seguirá en la cima de nuestras preocupaciones. (295)

Sin lugar a dudas, nuevas obras colectivas del equipo nos ayudarán a seguir pensando la cuestión.