



La TV que no se ve

Santiago Druetta



La TV que no se ve
Relaciones que fueron
definiendo nuestra televisión

Santiago Druetta

Druetta, Santiago

La TV que no se ve : relaciones, a menudo imperceptibles, que fueron definiendo nuestra televisión . - 1a ed. - Villa María : Eduvim, 2011.
224 p. ; 20x15 cm. - (Poliedros)

ISBN 978-987-1727-44-5

1. Medios de Comunicación . 2. Televisión. I. Título.
CDD 302.234 5

Fecha de catalogación: 15/12/2010



LIBRO
UNIVERSITARIO
ARGENTINO

Editor ©Ingrid Salinas Rovasio
Diseño ©Lautaro Aguirre
Corrección Lucía Pruneda Paz



Obra bajo Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional
CC BY-NC-ND

Esta licencia permite a Ud. sólo descargar la obra y compartirlas con otros usuarios siempre y cuando se indique el crédito de autor y editorial. No puede ser cambiada de forma alguna ni utilizarse con fines comerciales.

La responsabilidad por las opiniones expresadas en los libros, artículos, estudios y otras colaboraciones publicadas por EDUVIM incumbe exclusivamente a los autores firmantes y su publicación no necesariamente refleja los puntos de vista ni del Director Editorial, ni del Consejo Editor u otra autoridad de la UNVM.

La TV que no se ve
Relaciones que fueron
definiendo nuestra televisión

Santiago Druetta

A Fernanda, Agustín e Iván

Índice

INTRODUCCIÓN	15
PARTE I Los modelos fundadores	19
<i>La televisión</i>	21
<i>América Latina. Un modelo complejo</i>	27
<i>Los '50. Nacionalismo y sustitución de importaciones</i>	35
<i>Los '60. Desarrollismo y modernización</i>	47
<i>De los '70 a los '80. La bisagra</i>	59
<i>Los '90. Una nueva era para los bienes simbólicos</i>	79
PARTE II La televisión en Argentina	99
<i>Antecedentes y origen</i>	101
<i>Los '60. La consolidación de la TV</i>	109
<i>Los años '70. Primer acto</i>	123
<i>Los '70. Segundo acto</i>	131
<i>Los '70. Tercer acto</i>	137
<i>Los '80. La transición</i>	153
<i>Los '90. "Final feliz"</i>	173
Bibliografía	213

Índice

INTRODUCCIÓN	15
PARTE I Los modelos fundadores	19
<i>La televisión</i>	21
<i>América Latina. Un modelo complejo</i>	27
<i>Los '50. Nacionalismo y sustitución de importaciones</i>	35
<i>Los '60. Desarrollismo y modernización</i>	47
<i>De los '70 a los '80. La bisagra</i>	59
<i>Los '90. Una nueva era para los bienes simbólicos</i>	79
PARTE II La televisión en Argentina	99
<i>Antecedentes y origen</i>	101
<i>Los '60. La consolidación de la TV</i>	109
<i>Los años '70. Primer acto</i>	123
<i>Los '70. Segundo acto</i>	131
<i>Los '70. Tercer acto</i>	137
<i>Los '80. La transición</i>	153
<i>Los '90. "Final feliz"</i>	173
Bibliografía	213

Agradecimientos

Este texto es producto de más de una década de estudio e investigación, que jamás hubiera podido realizar al margen de la Universidad Nacional de Villa María (Córdoba) donde enseñé y aprendí junto a mis colegas y alumnos. Además, es su editorial la que permitió hacer visible este trabajo.

Pero, es también el resultado de muchos años de trabajo junto compañeros de la Universidad Nacional de Córdoba donde compartí un espacio de investigación dirigido por la Dra. Alicia Gutiérrez y su infinita generosidad.

Con Héctor Mansilla y Pedro Klimovsky he compartido incontables horas de trabajo que se reflejan en cada línea. Con Daniel Saur interminables debates y apasionadas peleas, sin las cuales habría aquí más errores todavía.

Y claro, además mi compañera y mis dos hijos, porque nada se logra por fuera de la vida.

Introducción

La televisión es uno de los objetos más cautivantes que podemos imaginar, y evoca a aquellas hogueras primordiales que seguramente hipnotizaron a los primeros humanos en los espacios más cómodos y aireados de sus cavernas.

No parece haber modo de sustraerse a la televisión ya sea que se la ame o se la odie. No parece posible ignorarla ya sea por vía de la sublime entrega o la empecinada resistencia. Parece tan difícil ignorarla, como hablar de ella aspirando a alcanzar ciertos acuerdos.

Las razones de tan apasionados enfrentamientos parecen tantas, que sólo enumerarlas exigiría una investigación previa y minuciosa. Pero no es difícil en cambio imaginar los principales cursos que los argumentos tomarían.

Según los distintos enfoques, que nunca serían ajenos a los intereses de las épocas y espacios en que se suscitan, la televisión ha sido presentada, defendida o acusada, con distintos argumentos y de distintas maneras.

§ Como potente herramienta para acercar a los seres humanos, aportando así al recíproco conocimiento y comprensión para la paz y entendimiento.

§ Objeto homogeneizador de todas las culturas, que estaría sumiendo a la especie humana en una monótona unidad e invisibilizando así la inasible riqueza y diversidad del mundo natural y del mundo social.

§ Una ventana abierta, sin límites de visibilidad y accesibilidad que, igualando las posibilidades humanas de ver y comprender, abriría una nueva era para la inteligencia de la especie.

§ Fábrica de narraciones estandarizadas, para consumo masivo y veloz que, por lo tanto, debe reducir toda la complejidad de la existencia a un par de fórmulas interpretativas alienadas.

§ Vehículo ideal para la educación y la cultura que, alcanzando hasta el último rincón del planeta, realizará por fin el sueño de la educación universal para el desarrollo y la libertad.

Ágora infinita. Centro de adoctrinamiento. Máquina de industrializar la cultura. Instrumento de generación de plusvalor. Modo de extracción de renta entre fracciones del capital. Aula virtual. Espacio de denuncia. Instrumento de control de los gobiernos. Instrumento para controlar a los gobiernos. Instrumento para la dominación. Instrumento para la liberación...

Y en medio de tan colosal debate alguien prende la televisión y los discursos se entrecortan, se hacen más lentos, las miradas hacia la pantalla se vuelven más frecuentes. Hasta que los interlocutores quedan en silencio y con la respiración suspendida frente a las curvas de una modelo demencial, frente al esfuerzo del héroe que pende de una rama sobre el abismo, frente a las intimidaciones de una quirúrgica conductora, o frente a las más increíbles imágenes de la superficie de Júpiter, de un pez desovando, o de una danza tribal.

Sin embargo y como bien puede intuirse, incluso a partir de esta casi irónica enumeración, hay demasiadas variables en juego cuando se pretende dar cuenta de la televisión, como para esperar una conclusión sencilla. Con eso se relaciona uno de los objetivos de estas páginas.

Lejos de intentar explicar las cosas sencilla y claramente al lector, las líneas que siguen tratan de complejizar todo eso que el sentido común reduce bajo el rótulo “televisión”. Rótulo bajo el cual convive un entramado de relaciones sociales difíciles de enunciar. Políticos, funcionarios, empresarios, artistas, comerciantes, gente de la farándula, gremialistas, asociaciones profesionales, organizaciones no gubernamentales, trabajadores, pedagogos, científicos, intelectuales, sacerdotes...

No todos aparecen en la pantalla. No todas sus acciones u omisiones están “a la vista” aunque estén en la televisión. Y sin embargo, probablemente haya muy pocas relaciones sociales –si las hay– que pueden sustraerse de la TV como negocio, como recurso persuasivo, como espacio de legitimación o como lugar de posible deslegitimación de contendientes.

La televisión atraviesa y es atravesada por todas las luchas sociales que son luchas en torno al poder y de manera especial por el monopolio de la de la expresión legítima de la verdad del mundo social. En ella se juega la

(...)capacidad de dar existencia explícita, de publicar, de hacer público, es decir objetivado, visible, decible (...) [lo que] representa un

formidable poder social, el poder de hacer los grupos haciendo el sentido común, el consenso explícito de todo el grupo¹

A ese fabuloso poder político, en el sentido más amplio de lo político como poder por su capacidad de legitimar diversos atributos de los agentes sociales y transformarlos en reconocimiento, la televisión suma un inconmensurable poder económico que se moviliza por vía de la producción y programación audiovisuales, la publicidad, las sinergias con el cine y otras industrias culturales, con el deporte y todo tipo de espectáculos, por vía de la compra-venta de derechos de transmisión.

De modo que basta una rápida enumeración para comprender la multidimensionalidad de las prácticas ligadas a lo televisivo, haciendo de la TV un espacio heterónimo cuya sola descripción supone todo un desafío.

No hay manera de comprender el fenómeno televisivo mediante la sumatoria de recortes analíticos. Por eso el desafío es tratar de aproximarnos, cada vez más, a una mirada relacional e histórica, tendiente a integrar sus dimensiones política, económica, cultural y simbólica.

Tal es el propósito específico de las páginas siguientes que, sin dudas condenadas de antemano a no alcanzar semejante objetivo, pueden cuando menos avanzar un paso más en la producción y sistematización de este conocimiento indispensable.

Indispensable por la creciente participación de la televisión en las disputas del campo político, frente al cual sus especialistas en la temática, fungen como ayudantes y oponentes de quienes disputan por el voto de la ciudadanía.

Indispensable por la particular importancia económico cultural que tiene el hecho de haber transformado (junto a otras industrias culturales) gran parte de los sentidos sociales circulantes, en mercancía industrial capitalista.

Indispensable por su creciente participación en los procesos de socialización de los agentes, donde a menudo deviene parte de la intervención familiar y supera a menudo lo actuado por la escuela. Hecho este último que, por la creciente independencia de la TV respecto del Estado, significa un desplazamiento más en sus principales funciones.

En lo que resta, intentaré historizar el desarrollo de la TV planteando muy esquemáticamente lo que puede concebirse como los dos grandes modelos fundadores y el desarrollo que estos tuvieron en Latinoamérica. Allí, remarcando similitudes y diferencias en su desarrollo

¹ BOURDIEU, P., "Espacio social y génesis de clase", *Sociología y cultura*, Grijalbo, Méjico, 1990, pág. 290.

continental, intento construir una especie de “medio de contraste” sobre el cual observar la TV argentina.

La perspectiva asumida para el análisis supone poner en juego no sólo la política y la economía en cada momento, sino también, dentro de los límites imaginables, respecto del pensamiento social dominante, haciendo referencia tanto a los saberes del sentido común de las distintas épocas, como a las corrientes más destacadas del pensamiento social producido académicamente.

Insisto en que semejante perspectiva, tratando de cubrir más de medio siglo de vida de la televisión, es una tarea condenada a priori. Sin embargo, creo que el esfuerzo de intentarla –tanto como el esfuerzo de leer este intento- posiblemente no sea en vano y, sin lograr acceder jamás a la totalidad a la que aspira, valga al menos para romper con algunos reduccionismos y disparar nuevos interrogantes.

El recorrido propuesto va desde los años cincuenta cuando la TV llega a América Latina, hasta comienzos de este siglo. Centrado principalmente en la difusión (que como se verá fue en el continente “El Dorado” del negocio) el texto va referenciando también de manera permanente a la producción y la programación.

Parte I

LOS MODELOS FUNDADORES

La televisión

La televisión tiene su origen más o menos simultáneamente en Europa y Estados Unidos, aunque con dos desarrollos tan distintos que permiten concebirse como “modelos” diferentes y en algunos aspectos contrapuestos.

El europeo fue el modelo de la televisión fundada y gestionada por el Estado, destinada al ciudadano, financiada mediante impuestos y que asumía la función de educar informar y entretener. Todo esto resumido en la noción de *televisión pública*.

(...) la inmensa mayoría de los sistemas televisivos de todo el mundo nacieron y se conformaron entre los años cuarenta o cincuenta como modelos públicos, directamente dependiente de los estados y con carácter monopolístico¹.

El otro modelo fue el de la TV creada y gestionada por capitales privados, destinada al consumidor y financiada publicitariamente, cuya función es casi exclusivamente la de entretener². Es la *televisión privada* y el caso paradigmático es la TV de los Estados Unidos donde:

(...) sobre la base de la estructura empresarial radiofónica, se constituye un oligopolio de tres networks (cadenas) -NBC, CBS y ABC- que operarían a partir de una red de emisoras propias y afiliadas, con financiación comercial exclusiva³.

Y aunque éste constituyó un caso más bien particular en origen, más rápida o más lentamente iría tornándose dominante en el mundo entero.

¹ BUSTAMANTE, E., *La televisión económica*, Gedisa, Barcelona, 1999, pág. 31

² “La televisión en el aspecto mercantil es fundamentalmente un medio de entretenimiento e información y sólo secundariamente un medio cultural e informativo incluso en Europa. Basta comprobarlo en la evolución del tipo de programación...” ZALLO, R., *Economía de la comunicación y la cultura*, Akal, Madrid, 1988, pág. 143. La expresión “incluso en Europa” invita a suponer que ese rasgo del carácter mercantil se acentúa fuera del continente europeo donde cierta tradición aun le pone límites.

³ BUSTAMANTE, E., *La Televisión económica*, Op.Cit, pág. 32.

Comprender la diferencia de modelos requiere tener en cuenta que el desarrollo de la TV tiene lugar precisamente a partir de la posguerra y en dos escenarios francamente diferentes. La Europa devastada difícilmente habría podido asegurar una masa de receptores de televisión suficiente entre la población, que es decir un público masivo, indispensable para el negocio publicitario que diera sustento a la televisión comercial. Como tampoco existía seguramente, la demanda solvente necesaria para el desarrollo de la industria publicitaria audiovisual.

En los Estados Unidos, en cambio, su economía fortalecida combinaba la masa de consumidores necesaria para adquirir tanto los aparatos de TV, como el resto de los productos de consumo que la renovada industria publicitaria les ofrecía. Eso explica en parte que Estados Unidos contara con el sector empresario dispuesto a adelantar el capital indispensable no sólo para acompañar la generalización de la compra de aparatos de televisión, sino también para la producción de los costos contenidos necesarios para una programación diaria y atractiva.

Pero la explicación difícilmente podría limitarse a la variable económica. También la debilidad por la que atravesaban los estados europeos, urgidos a restaurar y redefinir consensos e identidades, debe haber gravitado en las preocupaciones político-culturales de los gobiernos orientándolos a dejar fluir con menos control las producciones simbólicas de carácter restringido⁴, que las masivas.

Y tampoco habría que atribuirlo todo a los condicionantes propios de la posguerra, porque el modelo europeo resultó bastante afín al que tuvo allí el desarrollo de la radio (con España como excepción más relevante, quien sólo después de la Guerra Civil tuvo su primera emisora estatal).

Simétricamente, en el desarrollo de la radiofonía norteamericana tuvo casi el completo liderazgo el sector privado. Si bien la Armada de los Estados Unidos fue pionera, su interés estaba más orientado a la comunicación punto-punto (radiotelefonía), mientras que el desarrollo

⁴ Asumo aquí la noción de Bourdieu de “producción restringida” por oposición a la producción popular o masiva. Mientras esta, a través de la televisión, el cine, la radio produce bienes simbólicos destinados al gran público, la producción restringida “*produce bienes simbólicos (e instrumentos de apropiación de estos bienes) objetivamente destinados (...) a un público de productores de bienes simbólicos que producen, ellos mismos, para un público de productores de bienes simbólicos...*”. BOURDIEU, P., “El mercado de los bienes simbólicos”, 1971, en BOURDIEU, P., *Creencia artística y bienes simbólicos*, Aurelia Rivera, Buenos Aires, 2003, pág. 90. O al menos producen para consumidores que cuentan con las disposiciones -instrumentos de apropiación- propios del campo.

de la comunicación punto-masa (radiodifusión) fue alentada en gran medida por los fabricantes de receptores⁵.

Ya a partir de los años '20 encontraremos en el negocio radiofónico norteamericano algunos nombres como Westinghouse, AT&T, General Electric y United Fruit Company, nombres que luego estarán presentes también en el mundo de la TV.

Toda una tradición y nuevos factores pesaban de manera distinta a uno y otro lado del océano, frente a la administración y uso de un recurso social y de carácter escaso, como es el espectro de radiofrecuencia.

Pero queda por decir aún que, como a toda gran generalización, a esta dicotomía no le faltan excepciones como por ejemplo el caso alemán donde, por imposición de los aliados durante la ocupación, se desarrolló una televisión descentralizada y federal con el objeto de poner límite a la resurrección del “espíritu alemán”. O como el inglés, que sin ninguna imposición externa adoptó rápidamente la forma de un sistema mixto y concebido como servicio público⁶.

Tampoco es sencillo de explicar, ni es el objetivo de estas líneas, cuáles fueron los motivos que impulsaron primero a la amplia difusión del modelo norteamericano en casi todo el mundo capitalista y luego a la transformación del modelo europeo en ese mismo sentido.

Vale la pena en cambio detenerse al menos un instante en tratar de evitar la confusa y quizás poco inocente simplificación que reduce el planteo a los términos “regulación - desregulación” o lo que es casi lo mismo “control y monopolio estatal vs. libre mercado”.

En todo caso la discusión de fondo gira en torno a si la producción y circulación de los productos audiovisuales en particular y la de los bienes simbólicos en general, debería tratarse como una mercancía más, o como un servicio público.

El modelo Europeo la asumió de este modo, como a la salud o la educación y, por lo tanto, la financió mediante los impuestos asegurando el acceso universal. En Estados Unidos, la televisión como otras industrias culturales no fue tratada de este modo, aunque tampoco revistieron el mismo carácter que cualquier otra mercancía.

⁵ SINCLAIR, J., *Televisión comunicación global y regionalización*, Gedisa, Barcelona, 2000.

⁶ El caso japonés también es de un desarrollo mixto pero aquí gravitó con fuerza la presión estadounidense para tal tipo de organización.

El modelo comercial

Las fortalezas que evidenció la televisión comercial no debe llevarnos a creer que haya crecido y funcionado guiada sólo por “la mano invisible”; especialmente si se tiene en cuenta su tendencia “natural” al oligopolio. Ella tanto como el cine o las discográficas afrontan altas y riesgosas inversiones en la elaboración de costosos prototipos, a partir de los cuales luego se comercializan copias de un bajo y a veces casi nulo costo de producción. Esto significa que cada nueva copia producida resulta una nueva instancia de amortización del prototipo original y es, en sí misma, irrelevante como inversión. En el audiovisual y especialmente en la televisión, el costo marginal suplementario por cada nuevo consumidor es nulo⁷. (Por eso la legislación norteamericana, a través de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), ha sido y es fuerte e inflexible. Allí, inicialmente, para las tres redes televisivas (*networks*) estuvo terminantemente prohibido ser propietarias de más de siete emisoras cada una. Restricción que fue ampliada a doce recién en 1986 y eliminada en 1996 cuando el sistema estaba consolidado, pero impidiendo siempre que alguna cadena reúna más del 35% de las emisoras existentes⁸.

Esta limitación llevó a la *networks* a emplazar sus estaciones en las grandes ciudades y a buscar contratos de afiliación con estaciones televisivas autónomas, diseminadas por el resto del país, con las que negociaban proveyéndoles programación e incluyéndolas en la gestión publicitaria de las grandes campañas nacionales.

Pero con esto solamente, si bien se evitaba el monopolio de la difusión, no lo resolvía en el terreno de la producción. Por eso hubo también, para las emisoras afiliadas, el impedimento legal de difundir en horario central más de tres horas de programación prevista por la estación “cabecera”.

(...) se constituyó así el mercado de la syndication (agencias y productoras independientes (sobre todo majors del cine) que vendían su programación a las emisoras independientes (no afiliadas) y se acrecentó la autonomía de programación de las aproximadamente doscientas estaciones afiliadas tradicionalmente a las *networks*⁹.

⁷ BUSTAMANTE, E., *La Televisión económica*, Op.Cit. HERSCOVICI, A., (et. al.) “Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación”, en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (ed.), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999. ZALLO, R., *Economía de la Comunicación*, Op. Cit.

⁸ BUSTAMANTE, E., *La Televisión económica*, Op.Cit.

⁹ Ibidem, pág. 81.

Estados Unidos, el estado paladín del libre mercado, no sólo apeló a las regulaciones para atenuar la concertación oligopólica en la producción y difusión televisiva, sino que también lo hizo cuidando de no debilitar a las poderosas nacientes cadenas. Los obstáculos puestos a la aparición de nuevas networks fueron suficientes como para que las tres iniciales se mantuvieran solas durante casi cuarenta años hasta que, a mediados de los '80 recién, nació la Fox.

Seguramente ese equilibrio entre estado y mercado fue clave -junto a otro sinfín de factores que no podría siquiera intentar enumerar aquí- para que el modelo americano fuera desplazando lentamente, incluso en Europa, al modelo estatal. Sin embargo, deberíamos cuidarnos de intentar explicar este desenlace exclusivamente por la vía de la “contrastada” eficiencia de los emprendimientos empresarios de carácter privado.

En todo caso, la “eficiencia” de lo regulado por la lógica mercantil es una tautología, cuando sólo se la mide en términos mercantiles. Exportada a la mayoría de los ámbitos de la vida social, esta lógica hace que los balances comerciales dominen como herramienta valorativa, y en ese sentido no tiene por qué sorprendernos que el modelo comercial haya sido el más eficiente desde una perspectiva comercial.

Sería injusto, sin embargo, negar ventajas efectivas como la mejor capacidad productiva lograda en la televisión americana y manifiesta en una oferta cuantitativamente mayor que permitía, tanto ampliar los horarios de transmisión, como la diversificación temática de los contenidos y su espectacularización; factores estos que fueron marcando un “retraso” del audiovisual europeo respecto del modelo que fue penetrándolos desde ultramar. Pero sería una torpeza atribuir a las cualidades del modelo televisivo, lo que también fue producto del gran momento económico que atravesaban los Estados Unidos durante el desarrollo primero de su TV.

En términos generales, la tendencia a romper con la el monopolio estatal y liberalizar el sistema televisivo se debe explicar apelando tanto a lo económico y tecnológico, como a lo político y cultural para poder dar relativa cuenta de la simultaneidad con que las televisiones de casi todos los países europeos pasaron del Estado al mercado.

Además, para muchos autores se trata de una tendencia que excede ampliamente lo audiovisual y que se generaliza más allá de las particularidades nacionales.

Se ha interpretado que la desestabilización de la televisión pública e incluso de los oligopolios privados encaja en el agotamiento del modelo fordista (...) y enlaza con una nueva oleada postfordista, de

producción flexible y diferenciada por segmentos precisos de consumidores¹⁰.

Es decir que los vientos soplaban en favor de una oferta audiovisual multicanal y descentralizada que, dirigida a públicos más reducidos, compensara esa falta de “masa crítica” en cada lugar, expandiéndose internacionalmente. Europa, en los ochenta, sintió la presión de esta tendencia en el desarrollo de la TV especialmente por parte de los capitales que abrían juego en este novedoso espacio.

En el viejo continente Italia fue temprana pionera en este cambio, operando durante quince años en situaciones de hecho y nunca legisladas. Allí, ya para mediados de los setenta, comenzó un rápido proceso de concentración que derivaría en el duopolio conformado por la red nacional RAI¹¹ y por el concentradísimo grupo televisivo de Silvio Berlusconi. (Duopolio económico que devendrá un monopolio político cuando, como Primer Ministro, Berlusconi tenga en sus manos también a la RAI).

Inglaterra está quizás en el otro extremo; aunque habilitó una televisión privada ya en 1955, mantuvo a ésta y a la BBC¹² en una competencia cortés y siempre bien regulada, entrando recién al final de los ochenta en el cambio y subastando las frecuencias hertzianas recién en 1991.

En Francia si bien hay antecedentes, la auténtica desregulación arranca en 1984. En Alemania la TV privada será autorizada recién en 1982 a transmitir por cable y satélite y no podrá hacerlo por ondas sino hasta 1987. En España los canales privados llegarán recién al terminar los ochenta, aunque allí la televisión pública fue tempranamente comercial y durante esa década fueron apareciendo las televisiones autónomas.

En el resto de la Europa Occidental los procesos son similares.

América Latina en general también inaugura su televisión en los cincuenta y aunque muy rápidamente estará influenciada por los EEUU, el proceso que tiene lugar aquí presenta sus particularidades.

¹⁰ Ibidem, pág. 50

¹¹ Radio Audizioni Italiane

¹² British Broadcasting Corporation

América Latina

UN MODELO COMPLEJO

En su diversidad, la comparación del audiovisual en nuestros países invita a identificar condicionantes comunes que fueron marcando sus posibilidades e imposibilidades, lo que nos autoriza a hablar de un “modelo común” donde predominó el régimen de propiedad privada y el financiamiento publicitario. Pero los rasgos comunes se dieron sólo dentro de ciertos márgenes.

También aquí el modelo de desarrollo de la TV es afín al que tuvo previamente la radiofonía que ya en entre los años 20 y 30, prefigura su definitivo carácter comercial.

La radio, comercial, y concentrada en pocos grupos (individuos o familias económica y políticamente poderosos), lo hizo bajo una precoz influencia norteamericana que, disputando su hegemonía con Inglaterra en el subcontinente, tiende a imponer también su modelo de radiodifusión, básicamente distinto del que los ingleses tuvieron en la BBC.

Ya para 1945 esa influencia se expresó en la creación de la AIR (Asociación Interamericana de Radiodifusión) que fue una de las principales promotoras del modelo comercial norteamericano¹.

América Latina en general incorporó muy tempranamente la televisión, con una celeridad propia del mundo desarrollado y una dependencia propia de la periferia. Sería grosero pretender una descripción general que dé cuenta de todos los emprendimientos televisivos de América ya que cada uno nació y dio sus primeros pasos exhibiendo sus particularidades, pero que de todos modos expresaron importantes “aires de familia” con los modelos fundadores y un rápido acercamien-

¹ MASTRINI, G. y BECERRA M., “50 años de concentración de medios en América Latina”, *Sala de Prensa N° 58*, [en línea] dirección URL: <http://www.communicationforsocialchange.org/body-of-knowledge.php?id=2964>, [Consulta realizada en agosto de 2003]. Pág.2.

to a la TV de Estados Unidos como a sus industrias culturales complementarias².

En Méjico se trasmitió por primera vez en 1950, de modo que fue el pionero de Latinoamérica y el sexto país del mundo. Ese mismo año trasmitieron también por primera vez Brasil y Cuba. Argentina lo hizo en 1951 y para 1953 lo hacía Venezuela ocupando el undécimo turno mundial³.

Ya para 1960 la TV había llegado a casi toda América Latina, con excepción de algunas naciones insulares del Caribe, Belice, Paraguay y Bolivia. Pero los cuatro pioneros serán “los grandes del continente” hasta el presente y, como se verá, alcanzarán incluso una notable proyección internacional, aunque con la impronta del carácter atrasado y dependiente de los estados del subcontinente que, manifiesto en todo su desarrollo industrial, no tendrá una excepción en la industria audiovisual. Esto vale tanto en lo que hace al equipamiento de producción, difusión y recepción (hard) como a los contenidos.

Digamos primero que, en cuanto al equipamiento, según Octavio Gettino el desarrollo del sector audiovisual latinoamericano nace a contramano de lo que podría ser una regulación, en tanto se desarrolla fundamentalmente a partir del contrabando de electrónica y lo que aportan las zonas francas. Diversos autores coinciden en que, en América Latina, la legislación sobre el desarrollo audiovisual, generalmente se ha limitado a “blanquear” las situaciones impuestas de hecho previamente, por el mercado⁴.

Así, los Estados renunciaron tempranamente a la fijación de normas y sistemas; variables que constituyen una de las principales formas de regulación con vistas a un desarrollo autónomo de la industria de equipamientos. Sin esa regulación, se antepone el interés de un sec-

² Por industrias complementarias me refiero aquí especialmente al cine y a la publicidad. El primero encontró en la pantalla chica latinoamericana, una temprana ventana de exhibición; mientras que la publicidad norteamericana, que fue el motor de la publicidad transnacional, operó también como directa productora de contenidos para TV. Tal el caso de las célebres “ópera soap” y que en nuestro país tuvieron su manifestación en “El reporte ESSO” informativo célebre en Argentina y Brasil; “El teleteatro Palmolive del aire” e incluso más tardíamente en “Odol Pregunta” o “Tiempo de Siembra”.

³ Ibidem

⁴ Cfr. GETINO, O, *La tercera Mirada. Panorama del audiovisual latinoamericano*, Paidós, Buenos Aires, 1996; MASTRINI, G. y BECERRA, M., “50 años de...”, Op. Cit.; OROZCO, G., “La televisión en México”, *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002.

tor económico y mayoritariamente extra nacional, por sobre cualquier consideración de interés público⁵.

Respecto de la adopción del sistema NTSC⁶ por parte de Venezuela, Marcelino Bisbal afirma que fue asumido porque

(...) los canales comerciales desde hace tiempo ya estaban preparados para ese sistema, de igual forma que habían penetrado ilegalmente al país videograbadoras caseras bajo esa fórmula (...) asumimos la peor modalidad técnica de televisión a color una vez más, por no entrar en confrontación con el sector privado de la televisión venezolana⁷.

Así, el resultado en cuanto al equipamiento técnico fue una superposición anárquica de calidades y precios, una legislación improvisada y mercados dominados por las grandes firmas trasnacionales, lo que imposibilita el desarrollo de las industrias nacionales o lo deteriora ensanchando las brechas con los países centrales⁸. En segundo lugar y no menos importante, respecto de los contenidos habrá una fuerte importación de unidades (programas) e incluso una fuerte dependencia del capital extranjero para desarrollar producciones locales; siempre coexistiendo con tibios intentos oficiales de producir contenidos educativos y culturales, raramente sostenidos y que sólo excepcionalmente ganarán cierto favor de la audiencia.

Crecientemente, sin embargo, irán apareciendo intentos de desarrollos productivos locales, más o menos independientes y más o menos exitosos, aunque, y tal como después sucedió en Europa, el desarrollo de una televisión orientada fuertemente al mercado, tiende a producir dentro de un estilo entretenido y pasatista. Así, y en detrimento de otras formas posibles de hacer TV (que especialmente en Méjico tuvo sus atisbos), la producción de contenidos (tanto como la compra de unidades) se orientó finalmente hacia piezas cada vez más sofisticadas

⁵ La definición de una norma o un sistema condiciona todo el equipamiento tanto productivo como de recepción (electrodoméstico) lo que pone en juego enormes intereses. Un ejemplo notable fue la reciente presión económica y diplomática por parte de de Estados Unidos, Europa y Japón sobre toda América, tratando de imponer las normas de TV digital de sus respectivas industrias.

⁶ Sistemas de Televisión color que utiliza Estados Unidos entre otras naciones.

⁷ BISBAL, M., "La televisión en Venezuela", en OROZCO, G., (Coord). *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002, pág. 258

⁸ Particularmente en Argentina, como se verá, el desarrollo de la TV por cable respondió en gran medida al interés de fabricantes locales de equipos de transmisión y antenas. Pero también en el cine fueron impulsores de la producción fabricantes de proyectores y equipamientos (Cfr. DRUETTA, S. y AMBORT, M., "El cine en Córdoba. Algo más que un berretín", *Revista Crisis*, N° 74).

⁹ GETINO, O., *La tercera Mirada...*, Op. Cit.

en el sentido de una espectacularización tan creciente y desmesurada como sus costos. El “golpe” a los sentidos primó en la televisión por sobre los espacios para la reflexión y en poco tiempo, el resultado no pudo ser otro que el predominio de una televisión de entretenimiento, con algo de información espectacularizada.

De todos modos, convendrá no exagerar la célebre dicotomía que opone una TV pública dirigida al ciudadano, con la misión de educar, informar y entretener; frente a una TV privada, que omitiendo al ciudadano, se limita a entretener a un consumidor. Dos modelos que de manera reiterada tienden a ser planteados como una polarización entre lo cultural y lo pasatista.

Sería necesaria una investigación paralela, para dar cuenta seriamente de esta dualidad. Asimismo, la escasa aceptación que el gran público manifiesta ante gran parte de las producciones “culturales”, exige interrogarse sobre los conceptos que se pusieron en juego para decidir qué se debe entender por cultura y cultural; lo que a menudo llevó -y lleva- a intentos de generalizar expresiones elitistas, cuando no discursos paternalistas y deslegitimantes de las formas no hegemónicas.

Y en cuanto a la idea de la “omisión del ciudadano” como destinatario, cabría preguntarse si lo que se omite es al ciudadano, o a un modelo de ciudadano ilustrado, artífice y partícipe de una opinión pública concebida en términos de racionalidad, autonomía y emancipación.

Lo político y las cuestiones de ciudadanía nunca podrían haber estado ausentes en una TV, cuya historia es particularmente rica en disputas y alianzas, tanto entre poderes económicos, como entre gobiernos nacionales, locales y extranjeros; así como entre grupos empresarios y grupos gobernantes, todos tratando de valerse de la televisión para acrecentar su riqueza económica, sus caudales de votos, su reconocimiento social, etc. Y todos enfrentando los intentos de resistencia que también disputaron y disputan (con dificultades propias) su acceso a la televisión como a otros soportes.

Aunque “*en materia de regulación del sector televisivo, la política de la mayoría de los gobiernos de América Latina ha consistido en derivar el manejo económico televisivo al sector privado, reservándose a cambio el de carácter político*”¹⁰, los cruces de intereses políticos y económicos -que son moneda corriente en la industria cultural- en la TV latinoamericana a menudo han alcanzado los mismos niveles de escándalo que los golpes de estado y de mercado.

Es posible que esta idea de una televisión que ignora al ciudadano responda en parte a la coincidencia entre su nacimiento y el ocaso de

¹⁰ Ibidem, pág. 102

un pacto entre el Estado y los sectores numéricamente mayoritarios (despectivamente “los populismos”) y el progresivo debilitamiento de ciertos intentos de incorporar políticamente a los sectores más postergados de la sociedad, restándoles entonces capacidad de decisión y aumentando allí la presión del control.

Es posible también que el creciente desarrollo mercantil, con la consecuente mercantilización de los discursos sociales y en especial lo contenidos de las industrias culturales, -priorizando al consumidor como destinatario- apunte en el mismo sentido.

Pero creer que eso significa ignorar al ciudadano, en realidad significa estar ignorando la dimensión política de este “eclipsamiento” de lo político, como si su propia desvalorización no fuera, en sí misma, producto de una determinada correlación de fuerzas en el espacio social: O sea, política químicamente pura con su correspondiente (no) espacio para el (no) ejercicio ciudadano.

No tengo, sin embargo, con esto, otra intención que señalar el carácter problemático de esa oposición clásica entre cultura-educación-TV pública para el ciudadano y diversión-TV privada para el consumidor (nacida a la luz de la primera TV europea y dudosamente aceptable incluso en ese caso). Carácter problemático que nos alerta sobre dos riesgos: primero el de reducir “la televisión realmente existente” a dos modelos conceptuales; y luego, el de tomar la cuestión del desarrollo de la TV en nuestro continente, de un modo maniqueo, omitiendo el universo de particularidades que se plantean entre los distintos países e incluso al interior de cada uno.

De todas maneras, y a los fines analíticos, parece razonable referenciar lo regional con los “modelos” fundadores, siempre que eso no suponga esperar vernos “reflejados” en uno de esos, ni encontrar a los modelos en estado puro en algún país o ciudad del mundo, olvidando que esos modelos constituyen sólo tipos ideales en términos weberianos.

En lo económico, puede decirse que siguiendo el modelo -si no el mandato de Estados Unidos- aquí se desarrolla rápida y predominantemente una televisión cuyo *modo de financiamiento* es predominantemente publicitario como ya había sucedido en la radiofonía.

En cuanto al *régimen de propiedad*, las estaciones de televisión nacen en unos países como propiedad de los estados nacionales, siguiendo así al modelo europeo (Bolivia, Venezuela, Colombia, Perú, Dominicana, Uruguay)¹¹; mientras en la mayoría son gestadas por el capital

¹¹ Se podría insertar en este caso a la Argentina pero nos detendremos en esa vieja cuestión al analizar el caso nacional.

privado, (unos veinte países entre ellos Brasil, México, Cuba y Costa Rica). Por su parte, Chile y Ecuador constituyen excepciones nacidas de la iniciativa universitaria y eclesiástica respectivamente.

A diferencia de Europa, sin embargo, los países latinoamericanos que desarrollaron su TV por iniciativa estatal, en general no pusieron resistencia al desarrollo posterior de emisoras privadas, con las que coexistieron de diversas maneras, por lo general bastante pacífica y asimétricamente desarrolladas.

En cuanto al *financiamiento*, la mayoría de las TV incluso las públicas se abrieron a la comercialización publicitaria, con pocos casos de excepción como el canal 5 de Venezuela. En nuestro país en cambio, la televisión estatal (Canal 7) también se financió mediante publicidad¹² e incluso lo hizo la TV universitaria de Chile, a pesar de la explícita prohibición mediante un decreto de 1958¹³.

En lo político, el control de los contenidos, es donde probablemente aparecen los rasgos más homogéneos del continente, marcando diferencias fuertes entre esta TV y los modelos de los países centrales. El control llegó a ejercerse en muchos casos como censura previa -e incluso mediante el secuestro y asesinato- pero en general se tendió a un entendimiento entre los empresarios dueños de las cadenas televisivas y los gobiernos. Una coexistencia que logró ser armónica, bajo una forma que simplificada podría resumirse en “El negocio es tuyo, el gobierno es mío” y viceversa.

(...) la relación entre los gobiernos y los propietarios de los medios, se resolvió por la incapacidad de los gobiernos para fijar políticas hacia los propietarios de los medios, a cambio de obtener el control político sobre los contenidos¹⁴.

Aun en los países donde la televisión fue desarrollada por el Estado, cuando no tendió rápidamente a derivar su manejo comercial en manos privadas, lo hizo sólo un poco después. “*El estado fue cediendo el control empresarial al sector privado (...) y a cada gobierno el control político del medio*”¹⁵.

Además, la inestabilidad política que azotó al continente durante los años del nacimiento, expansión y consolidación de la TV exige no pensarla como en Europa, ligada a “un estado”, sino más bien frente a “unos gobiernos”. Aquí, los contenidos televisivos fueron ajustándose

¹² MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, en OROZCO, G., (Coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002.

¹³ FUENZALIDA, V., “La televisión en Chile”, en OROZCO, G., (Coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002.

¹⁴ MASTRINI, G., y BECERRA, M., “50 años de...”, Op. Cit, 2003, pág.3.

¹⁵ GETINO, O., *La tercera Mirada...*, Op. Cit., pág. 50.

a muchas exigencias políticas coyunturales, entre cuyas orientaciones no predominaba, lo que podríamos llamar una línea directriz, ni un interés relativamente homogéneo y de largo plazo.

Como veremos, la consolidación de los grupos económicos televisivos, en buena medida, dependió de la relación con el gobierno. Son emblemáticos los casos de la actual Televisa en relación al Partido Revolucionario Institucional (PRI) que gobernó Méjico por setenta años consecutivos; así como la relación de O Globo con la dictadura militar brasilera casi durante los veinte años consecutivos que las Fuerzas Armadas gobernaron Brasil¹⁶.

Estas, y otras que iremos señalando, fueron las condiciones iniciales para la televisión en el continente, nunca ajenas a las condiciones de la TV a nivel mundial. Querría ahora ir deteniéndome en ciertos rasgos y aspectos que voy a exponer sobre una línea de tiempo para pensar históricamente la multideterminación política, económica y cultural, incluyendo en esta última, tanto indicadores del pensamiento académico que problematizaba lo social, como el sentido común o “espíritu de época”.

La TV y sus condiciones de posibilidad

Antes de adentrarnos en el recorrido, debo aclarar que el criterio de periodización que voy a asumir para hablar de los distintos momentos de la televisión latinoamericana es plausible de críticas, reflexiones e interpretaciones a partir de la arbitrariedad que esta, como cualquier otra periodización, conlleva.

Asumo que periodizar es agrupar hechos construyendo cierto orden que responde básicamente a los criterios definidos por el analista, quien de ese modo pone el acento en cierta clase de hechos, siempre en detrimento de otros menos relevantes -o directamente invisibles- desde la perspectiva asumida.

Sin embargo, es necesario recordar que no gozamos de los privilegios de “Funes el memorioso” (aquel personaje de Borges que recordaba todo hasta en su menor detalle, al punto de demorar un día para recordar un día); lo que para el delicado acto de conocer no nos deja más opciones que agrupar los datos en clases y categorías a partir de ciertos rasgos, elegidos siempre con arreglo a algunos criterios.

¹⁶ Este tipo de acuerdos no es privativo de la televisión. En el caso de la prensa Gráfica es emblemático el caso de la empresa “Papel Prensa”. (Volveré sobre esto).

A lo largo del texto trataré de ir explicitando esos criterios, que son compartidos en general por los autores con los que vengo trabajando.

Así, empezaremos a adentrarnos en una Economía política de la televisión latinoamericana, observando cómo el desarrollo de esta industria cultural presenta afinidades al de otras ramas industriales, tanto en sus modos de organización del trabajo, como en las estrategias de valorización del capital; al mismo tiempo que manifiesta sus particularidades como modo industrializado de la legitimación de saberes y prácticas y, por lo tanto, de participar en el campo del poder.

Hecha estas aclaraciones creo que es aceptable proceder a señalar entonces ciertos hitos económicos, políticos y culturales que se constituyeron como rasgos de época en el continente y como condiciones de posibilidad para sus televisiones.

Voy a prestar especial atención a los casos de la televisión de México, Venezuela y Brasil, por ser las que desde el comienzo descollaron en el continente y las que a lo largo de su historia alcanzarán un importante grado de desarrollo, aunque nunca independiente¹⁷. No obstante, iré citando de manera paralela, referencias a otros casos menos emblemáticos o particulares y también el de Argentina para el que reservo un espacio propio.

En lo que sigue organizaré la exposición por “décadas” aunque como se verá, se trata de “décadas conceptuales” que sólo excepcionalmente son de diez años.

¹⁷ Las televisoras, como otras industrias culturales del continente, nunca superaron la dependencia con las de los países centrales que desde siempre, además de tener inversiones directas, fijan normas, sistemas y todo el desarrollo de la industria electrónica. Pero además, la dependencia ha sido creciente en la definición de estéticas, géneros y estilos que paulatinamente fueron creando también al “televidente medio”.

Los '50

NACIONALISMO Y SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES

Ya señalé que pensar en la televisión supone empezar mirando hacia la radio, cuyo desarrollo y modo de organización marcó tendencias para la TV, y esto por diversos motivos.

De hecho, en el nacimiento de la televisión, el marco legal que reguló a la radio tendió a ser aplicado al nuevo invento, directamente a veces y en otros casos como horizonte de referencia. En América Latina las legislaciones sobre la televisión, como veremos, demoraron décadas en llegar o fueron surgiendo fragmentariamente, en general como resultado de una sumatoria de leyes que se fueron promulgando con más sentido de la oportunidad que coherencia.

No fue menor tampoco, para condicionar a la televisión, el hecho frecuente de que los empresarios de la radio tomaran la iniciativa en el desarrollo televisivo, con vista a la cantidad de rasgos comunes entre ambas: Uno de ellos -y quizás el principal- es la necesidad de contar con una preciada y poco accesible licencia para el uso del espectro de radiofrecuencias. Particularmente en América Latina, donde las licencias tendieron a ser administradas por el ejecutivo nacional y repartidas por conveniencia, los “buenos amigos empresarios” provenientes de la radio tendían a pasar por la puerta grande, rumbo a la televisión.

Sería injusto negar, sin embargo, que los empresarios radiales también tuvieron facilitado el paso a la tele, por su familiaridad con el novedoso mundo de la electrónica y, en especial, los contactos con las cadenas de radio y TV norteamericana que apoyaron a aquellos que ya eran sus clientes, sus socios, sus amigos.

No menos importante fue cierto acceso y control del incipiente *star system* de la época, (actores de radioteatro, locutores reconocidos) además del personal técnico capacitado en la radiofonía.

Por lo sobre todo, “la llave de paso” que conectaba una radiofonía comercial y financiada publicitariamente, con una TV comercial y publicitaria, fue la relación con los anunciantes y agencias de publicidad. Un capital valiosísimo disponible entonces principalmente en la

radiofonía y la prensa gráfica. Veremos que muy a menudo, cuando los medios electrónicos fueron empresas privadas nacieron como extensión de las radios y grupos editoriales.

Y si las radios de América, su legislación, sus anunciantes, sus talentos y sus técnicos florecieron en los años veinte y treinta, es de suponer que tuvieron que madurar con las dificultades de la gran depresión y consolidarse en una etapa caracterizada por el “*cambio en el modelo de desarrollo que había seguido la región hasta ese momento*”¹.

El nuevo modelo será de industrialización por sustitución de importaciones (ISI), debido a los límites que impone la guerra europea para obtener mercancías de esa procedencia, tanto como para colocar allí las materias primas.

Las modestas industrias manufactureras ligadas a los enclaves minero y agroindustrial se convertirían entonces en el sector prioritario del desarrollo y centralizaron las inversiones en las ciudades, lo que trajo aparejado un proceso de urbanización que desplaza el centro económico de las minas y plantaciones, hacia los centros de consumo, generando una fuerte migración que absorbe la mano de obra del sector primario.

Es fácil imaginar que esa movilidad, que tuvo lugar entre 1935 y 1955, está asociada a una gran urbanización y expansión de los mercados internos, transformando así el escenario político, social y económico latinoamericano que, especialmente en lo atinente al ordenamiento social, contó en esos años con cierto margen de tranquilidad como para ensayar y definir efectivos mecanismos de control y en los que, los nuevos medios electrónicos jugarían un papel central.

En la medida que crece el producto y la economía interna se fortalece, aumenta también el excedente disponible para distribuir en la población. Ello explica que el período no haya sido (...) de grandes enfrentamientos de clases.²

Todas estas nuevas problemáticas traen consigo nuevos interrogantes y respuestas que cambian el clima intelectual de la época. Las relaciones entre centro y periferia son una apuesta fuerte en el intento de explicar las condiciones para el *desarrollo económico* continental. La correlación entre ese desarrollo y la transformación de las viejas estructuras sociales es la apuesta fuerte de una Sociología que visualiza demoras en el proceso de *modernización* necesario para incorporar, como

¹ ZAPATA, F., *Ideología y política en América Latina*, El colegio de Méjico, Méjico, 1996, pág.141.

² *Ibidem*, pág. 143.

ciudadanos, a todos aquellos obreros que llegaban, desde el interior hacia las nuevas urbes, como trabajadores y consumidores.

Los trabajos económicos de Raúl Prebisch y sociológicos de Gino Germani o Medina Echavarría en ese sentido, encuentran su expresión política en los programas de la Democracia Cristiana, del APRA peruano, de la UCR argentina, partidos socialistas y en gobiernos como el mejicano Miguel Alemán (1945-1952) o el brasilero Juscelino Kubitschek (1956 -1961).

En este marco, la radio y luego la televisión serían, además, encarnadura de una multiplicidad de significaciones.

Al principio ambas tuvieron un desarrollo limitado por el escaso parque de receptores disponibles. A tal punto que, contra lo que hoy concebimos, su restringido acceso las colocaba como signos de distinción. Como un certificado de estar a la altura de los nuevos tiempos. No es difícil imaginar que en ese contexto, la radio primero y poco después la televisión se vieran, como emblemas de la modernización y el progreso.

No obstante, una mirada más aguda e interesada habrá descubierto en estos medios electrónicos también, tempranamente, una promesa económica (como industria productiva, como objetos mercantiles y como soportes publicitarios dinamizadores de la circulación del capital), una promesa cultural (como vía de acceso y formación para las novedosas grandes masas urbanas tan difíciles de incorporar) y por eso mismo una promesa política. Y como la TV en particular ya tenía el antecedente de la radiofonía, va de suyo que las ventajas estratégicas (políticas y económicas) de su control no fueron un descubrimiento a posteriori, sino móviles para su creación.

Desde su cuna, la televisión pudo verse como un instrumento económico capaz de expandir especialmente la comercialización de productos de la innovadora industria electrónica. En lo cultural, tanto como la radio, pudo ser concebida como una herramienta de educación para la ciudadanía, especialmente a la luz de que el desarrollo económico no provocaba la modernización esperada en las relaciones sociales.

Claro que si esa “asincronía” -en términos de Germani- quitaba el sueño a los sociólogos, probablemente los políticos, con un mayor sentido práctico, hayan podido contentarse provisoriamente con que la radio, y luego la TV (óptimas para llegar a públicos escasamente alfabetizados) fueran al menos un instrumento adecuado para garantizar la paz social mediante el manejo de la “opinión pública”.

Allí, en un contexto sociopolíticamente novedoso, relativamente nacionalista y de protagonismo estatal, se definió el carácter inicial de los medios latinoamericanos.

En los años 30 y 40 se definieron (...) las normativas jurídicas de la radiodifusión sujetas a las contingencias de cada espacio nacional.(...) En Brasil, con el gobierno de Getulio Vargas, haciendo de la radio y el Departamento de Prensa y Propaganda un poderoso instrumento político del Estado Novo y de la política nacionalista del país, al igual que ocurría con Rojas Pinilla en Colombia o con el General Perón en la Argentina, gobiernos que impulsaron activamente el fomento de las industrias audiovisuales y el manejo estatal de importantes medios. Fue precisamente durante la vigencia de esos gobiernos (...) que se creó la televisión en varios países de la región (Argentina, Colombia, Perú, Venezuela)³.

El caso de Méjico ofrece particularidades desde sus orígenes, porque si bien “hace la punta” en 1950, cuenta con importantes antecedentes de investigación y experimentación entre 1935 y 1950, cuando el estado financió los trabajos de González Camarena quien, desde su domicilio hizo la primera emisión experimental de TV el 7 de setiembre de 1946 para trasmitir luego, en 1948, una intervención quirúrgica desde un hospital y en el 49 -siempre experimentalmente- realizar la primera emisión color.

Es, además, emblemático también en el sentido de que su sistema de TV color no pudo imponerse al norteamericano, con el que recién veinte años después se iniciaría la TV color de Méjico.

Más aún, podría decirse que su fase experimental tiene también cierto carácter premonitorio, en tanto durante los últimos años de ese trabajo, González Camarena contó también con el apoyo privado de Emilio Azcárraga (padre) un precursor de la radio y creador del linaje que cuasi monopólicamente manejaría la televisión comercial de Méjico durante el resto del siglo⁴.

En Colombia también nace como un proyecto nacional y en sintonía con el desafío de integrar nuevos sectores a la sociedad, aunque sin dudas esta gente manejaba una noción muy sui generis de lo que significa integrar. Acerca de la transmisión inaugural Germán Rey comenta:

(...)junto a los símbolos patrios, que buscan convertir a la televisión en un proyecto político basado en un enfoque de nación centralizado, está la música clásica que representa el ideal de una cultura que se propone *eleva espiritualmente* a las masas incultas⁵

³ GETINO, O., *La tercera Mirada...*, Op. Cit.

⁴ OROZCO, G., *Historias de la televisión...*, Op. Cit..

⁵ REY, G., “La televisión en Colombia”, en OROZCO, G., (Coord), *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002, pág. 118. El resaltado es del

El caso argentino como se verá, es quizás el origen más emblemático de esta tendencia nacionalista integradora de las masas trabajadoras, con una televisión que nace transmitiendo el acto del día de la lealtad, el 17 de octubre de 1951.

Otro clima caracterizará el nacimiento de la TV de Chile, recién en 1959, como canal de la Universidad Católica y muy precaria por cierto. Recién al terminar la década de los '60 Chile tendrá su canal nacional TVC.

En Perú, como en la mayoría de los países la TV nace regida por leyes elaboradas para la radiofonía (1946), bajo el principio de libre competencia, derivando la actividad al sector privado y confiriéndoles la responsabilidad de su autorregulación. Recién en 1957 la Ley General de Telecomunicaciones establecerá en Perú la obligatoriedad de la licencia estatal y preferencia de las emisoras públicas.

Cabe aclarar que en todos los casos, la dimensión política de la TV latinoamericana cobraría finalmente un carácter gubernamental antes que estatal.

En un continente donde por lo general se sucedieron políticas inestables e incluso erráticas, en ese plano la TV se vio como un objeto simultáneamente lúdico y de control, antes que un espacio para la concertada construcción de una identidad y la consolidación de un proyecto nacional en perspectiva. Precisamente al respecto del desarrollo de la televisión estatal en Venezuela, Marcelino Bisbal afirma que fue manejada *“con criterios cortoplacistas, en el sentido de hacerse demasiado visible una televisión político-partidista-propagandista que de acción de un estado moderno”*^{6 7}.

Otro rasgo notable de nuestra TV fue su desarrollo centrífugo, donde la televisión metropolitana va extendiéndose hacia el interior de cada país como cadenas monopólicas o sistemas de asociación de muy pocos grupos (sindicación) geográficamente concentrados, en una o a lo sumo dos grandes metrópolis.

Las TV locales y regionales, cuando logren desarrollarse, lo harán de modo tardío, lento y a menudo parasitario ya que el financiamiento publicitario exigía una masa crítica de consumidores potenciales que las ciudades de segundo rango en pocos casos podían asegurar.

La macrocefalia continental con una sola ciudad -o a lo sumo dos- concentrándolo todo, tendía a reproducir hacia adentro lógicas de do-

autor.

⁶ BISBAL, M., “La televisión en Venezuela”, Op. Cit., pág.266.

⁷ Otro debate se abriría al preguntarnos si en América Latina lo que faltó fue una televisión acorde a un Estado Moderno, o el gran ausente fue el Estado Moderno como síntesis de una estructuración social consensuada.

minación equivalentes a las conocidas dependencias internacionales, pero eso irá viéndose con más claridad en las etapas subsiguientes.

El carácter más gubernamental que estatal de la TV puede reconocerse también en los modos de asignación de las frecuencias, para lo que ningún país del continente apeló al consenso de actores de la sociedad civil o a una decisión de carácter plural. En todos los casos dependió directamente del titular del poder ejecutivo o alguna dependencia a su cargo.

En este marco, América Latina nunca tuvo una televisión como servicio público que asegurara la universalidad del acceso, sino que, antes o después, fueron formalizados como un “servicio de interés público”. “De interés”; dos palabras casi imperceptibles que, sin embargo, establecen un parteaguas político y social.

(...) históricas limitaciones del Estado y del capitalismo local en materia de políticas de comunicación de servicio público, que nunca fueron equiparadas a las que existían en otros servicios sociales como la educación y la cultura⁸.

Y menos aun hubo una decisión de asumir los costos necesarios para sostener la televisión que, por lo tanto, se desarrolló en permanente dependencia de la financiación publicitaria. Algo doblemente remarkable, atentos a que la mayoría de los gobiernos no dudaron simultáneamente en subvencionar medios privados mediante su participación con publicidad oficial. En esos casos el dinero a menudo fluyó reforzando el compromiso de no poner en tela de juicio el accionar oficial.

El modo de financiación ha sido quizás la marca que definió su mayor proximidad no sólo al modelo comercial norteamericano, sino también inicialmente su dependencia más o menos encubiertas con las cadenas de televisión de USA y, en general, con la economía norteamericana a través de las agencias de publicidad y los anunciantes de ese origen, más allá de los cuales, no había demasiadas empresas con el volumen de capital, ni con la concepción del mercado, necesarias para afrontar grandes inversiones publicitarias.

Durante la Gran Depresión, las grandes agencias de publicidad norteamericana comenzaron a abrir sucursales por el mundo, allí donde sus anunciantes se expandían. Así, fueron tras los pasos de General Motors y otros anunciantes como Krafts, Ponds o Quaker,

(...) en un tiempo record la vieja agencia norteamericana (J. Walter Thompson) se estableció Bélgica, España, Francia, Alemania, Suecia, Brasil, Argentina, Canadá, India, Australia, etc. (...) Su competidor

⁸ GETINO, O., *La tercera Mirada...*, Op. Cit., pág.54.

más directo Mc Cann Ericsson se difundió a su vez a través del mundo siguiendo a su comanditario Esso.⁹

Durante la década de 1950 y la subsiguiente,

(...) por medio de diversos acuerdos políticos con los gobiernos de la región, la ABC compró acciones en los canales programadoras y productoras de quince países latinoamericanos. Junto con World Vision creó a su vez la cadena centroamericana CATVN y la red Latino en Sudamérica, para la adquisición de programación norteamericana y representación de ventas. Por su parte la NBC y la CBS, junto con Time life y el ex propietario de la televisión cubana, Goar Mestre, invirtieron en los principales sistemas de la televisión comercial del continente.¹⁰

Como es de imaginar, el imperativo publicitario no sólo marcó el estilo de los contenidos y el modo de programación, sino también su modo de difusión.

Ya no sólo por la tendencia oligopólica que resulta del costo marginal nulo, sino también por la búsqueda de la mayor audiencia con capacidad de demanda solvente (que es el principal interés del anunciante), las televisoras tendieron a la concentración de la producción y la organización de la difusión conforme a redes nacionales del mayor alcance posible.

Sin la decisión política que caracterizó a los Estados Unidos y movilizó el celoso control de la FCC, la televisión latinoamericana comenzó a marchar hacia un modelo fordista oligopólico.¹¹

MÉJICO

En Méjico la televisión se inicia a partir de un fuerte industrial, Rómulo O'Farrel, amigo del entonces presidente de la nación Miguel Alemán Valdez quien otorgó a su amigo la licencia necesaria para la explotación del *canal 4*.

Pero entre los interesados y amigos figuraba también Emilio Azcárraga (padre) que en los años 20 inició el negocio de la radio en México con la red XEW junto a RCA la división radiofónica de General Electric y que para los años 40 junto a la CBS y NBC dominaban casi la mitad de las estaciones de radio del país.

El dato es relevante porque la famosa concentración, los multimedia y la integración horizontal que aparece como materia de

⁹ MATTELART, A., *La publicidad*, Op. Cit., pág. 18-19.

¹⁰ GETINO, O., *La tercera Mirada...*, Op. Cit., pág.52.

¹¹ En torno a las nociones de fordismo y posfordismo en el desarrollo de las industrias culturales ver ZALLO, R., *Economía de la Comunicación*, Op. Cit. pág.68.

especulación teórica a fines de los '90, más que una novedad parece una constante de origen. Veremos en reiteradas oportunidades que los pioneros de la televisión eran empresarios provenientes de otras ramas de las industrias culturales y propietarios de cadenas radiales o editoriales.

Azcárraga recibió de su amigo y presidente Miguel Alemán, en 1951, la licencia para poner en el aire el *canal 2* bautizado *XEW* como la cadena radiofónica.

Y en 1952, el inventor Gonzalez Camarena -verdadero pionero experimental (ver supra)- obtiene la licencia para el *canal 5*.

Muy poco después, el 25 de marzo de 1955, los tres canales se fusionaron creando "*Telesistemas Mejicano*" en el que, el primer accionista resulta ser el amigo de los amigos y ya entonces ex presidente, Miguel Alemán Valdez.

Con el Partido Revolucionario Institucional (PRI) como juez y parte no sólo se trató de Miguel Alemán como iremos viendo- la TV Mejicana se concentra en torno a las manos de Emilio Azcárraga padre quien sólo la cederá, mucho después, a favor de Emilio Azcarraga hijo, alias "El tigre" y actual titular de Televisa, uno de los mayores grupos mediáticos del mundo.

Desde luego la estrechísima relación que ligaba a Azcárraga con la RCA y otras firmas norteamericanas, lejos de ceder se consolidó en torno a la televisión.

BRASIL

De manera similar, aunque tal vez un poco menos obscena al principio, el primer canal de TV que funcionó en Brasil, así como los inmediatos subsiguientes que conformaron la red nacional "Tupí" fueron para Assis Chateaubriand, un empresario que venía del negocio de la radio y la industria editorial (otra vez la concentración horizontal o multimedia).

En este caso, el gobierno que otorgó la licencia asumió una férrea vigilancia sobre los contenidos políticos, como sobre la posible ingerencia de empresas extranjeras que impedía ya la legislación creada para la radio en 1930.

Pero el estado brasilero fue más celoso en lo primero que en lo segundo: "*La primera televisión, la Tupí-Difusora de San Pablo, recibió equipamiento y asistencia técnica de General Electric, y la TV de Río, de RCA Victor*".¹²

¹² CAPPARELLI, S. y DOS SANTOS, S., "La televisión en Brasil", en OROZCO, G., (Coord), *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002,

La red Tupí tendió a organizarse como red nacional aunque inicialmente se extendió sólo en el sentido de las ricas ciudades costeras, siguiendo la línea del mayor poder adquisitivo dado que inicialmente siguió el modelo fundacional que tuvo allí la radiodifusión privada: Chateaubriand inició el negocio de la TV por medio del financiamiento directo por abono, aunque rápidamente pasó al modelo publicitario. “*Un papel importante en la adopción de este modelo lo desempeñaron las agencias de publicidad norteamericanas que se establecieron en el país a partir de 1929*”¹³.

Esta primera experiencia televisiva de Brasil llevó con bastante éxito a la TV los programas célebres de la radio, e incluso las estrellas y presentadores que contaban con la devoción del público. Este dato también es de interés porque los analistas de la televisión en los años 90, como veremos, creen descubrir un súbito interés de las audiencias por las programaciones nacionales luego de años de importar enlatados provenientes de Estados Unidos. Quizás lo que allí se olvida es la frase de Marx recordándonos que la producción crea también un sujeto para el objeto.

VENEZUELA

Venezuela tiene en común con Argentina el carácter estatal de origen (*canal 5* y *canal 7* respectivamente), aunque como se dijo tienen distinto modo de financiamiento. Sin embargo, en ninguno de ambos países se hará esperar la irrupción de la TV privada y publicitaria. Pero, mientras en Argentina esa TV tenderá a estabilizarse, a ser dominante, e incluso a sobrevivir a unos altibajos únicos en el continente, los intentos comerciales de la TV venezolana serán inicialmente menos sólidos.

A la transmisión del *Canal 5* en enero de 1953, le siguió sólo cuatro meses después la de *Canal 4* y, para noviembre del mismo año, comenzó a transmitir *Canal 7 RCTV* Radio Caracas TV (que poco después pasaría a ser Canal 2).

El canal nacional, sobrevivió con altibajos hasta fines de los '90 cuando el Estado lo cedió a la iglesia. El canal 4, Televisa dejó de operar a fines de la década, en medio de una profunda crisis económica (aunque en 1961 volvería de la muerte dirigido por Diego Cisneros, con quien no sólo gozará de buena salud sino que llegará a ser uno de los cuatro grandes de América).

pág. 67.

¹³ Ibidem.

Los intentos provinciales en general no prosperaron como por ejemplo el Canal 13 de Valencia, estado de Carabobo que debió finalizar sus transmisiones en 1962¹⁴.

El bocado fuerte inicialmente (aunque luego el grupo Cisneros lo superará), fue sin dudas RCTV, quizás ayudado por la trayectoria que en la cadena Radio Caracas, habían desarrollado los miembros de la familia Phelps, ahora también principales accionistas del canal 7 junto a la norteamericana NBC (otra vez, vemos aquí la temprana concentración horizontal o multimedio).

RCTV se sostuvo hasta bien entrada la primera década del siglo XXI, cuando el presidente Hugo Chávez, haciendo frente a una presión de envergadura, decidió no renovar la licencia vencida. Desde entonces el canal se trasmite por vía satelital y el caso fija un antecedente sólo comparable con lo sucedido en Argentina durante el tercer mandato del general Perón, como veremos en el capítulo correspondiente a la TV argentina.

En el caso de Venezuela la participación de capital extranjero no estaba vedada; incluso no había legislación para la TV, más allá de unas tibias anticipaciones que databan de 1941 cuando se elaboró la ley para la radio. Así la presencia del capital norteamericano quizás no fue más fuerte pero sí más explícita que en el resto del continente. Además de su participación en la electrónica, las cadenas norteamericanas se asociaron en los dos canales, mientras que el grupo Time-Life se introducía en la producción de contenidos con la firma Proventel.

En general, los casos corroboran el comienzo de una televisión predominantemente comercial y publicitaria, con vínculos estrechos entre el poder político y los empresarios. Podríamos decir que hubo un pacto de coexistencia pacífica cuando no de directa colaboración a partir del control político coyuntural de las informaciones difundidas por el medio, manteniendo el ejecutivo nacional el poder de administración de las frecuencias.

El negocio tuvo una clara tendencia oligopólica y una tendencia a la configuración, más o menos rápida, de redes nacionales con sus cabeceras en las capitales.

A pesar de los aires nacionalistas que marcaron los inicios de la radiodifusión, la presencia del capital extranjero, especialmente norteamericano, fue enorme aun en contra de algunas de las legislaciones vigentes. La penetración de esos capitales fue mediante inversiones di-

¹⁴ BISBAL, M., "La televisión en Venezuela", Op. Cit.

rectas en los canales cuando eso fue posible y, o, a través de la venta de electrónica, tanto para la difusión como para la recepción; también a través del negocio publicitario, y la producción y comercialización de contenidos.

La ausencia de una legislación temprana y las características estructurales del desarrollo político y económico del continente (lo que sin dudas fue también condición de posibilidad para ese vacío legislativo) pusieron al negocio como motor de avance y brújula del desarrollo televisivo.

Los '60

DESARROLLISMO Y MODERNIZACIÓN

A comienzo de los años sesenta, luego de un largo período de industrialización de América Latina, los resultados no eran los que se esperaban. Ninguno de estos países había seguido homogéneamente el camino prometido hacia la modernización al tiempo que el desarrollo económico encontraba múltiples trabas.

La rápida constitución de grupos monopólicos mediante alianzas de grupos económicos locales y extranjeros fractura a las burguesías locales haciéndolas cada vez más heterogéneas y difíciles de coordinar. De otro lado, socialmente lejos de lograr la esperada integración, empiezan a aparecer crecientes cordones de miseria en torno a las grandes ciudades¹. Todo esto introduce la urgencia de una reflexión sobre las particularidades del capitalismo latinoamericano, especialmente cuando la Revolución Cubana triunfante, parece decirle al continente que no tiene sentido insistir por ese camino.

El ciclo iniciado en 1929 tocaba su fin, con una liberalización del comercio exterior que al facilitar las importaciones afectó a los productores nacionales.

Ambas cosas, las dificultades para el desarrollo capitalista independiente y la amenaza del marxismo convergen a definir un escenario político muy diferente.

Es posible pensar la revolución cubana (1959) y el golpe de estado que tuvo lugar en Brasil en marzo de 1964 como momentos de transición entre la industrialización sustitutiva y la gestación de una nueva etapa de desarrollo en América Latina (cuando también) se gestó un nuevo modelo de dominación política, en el que los militares empezaron a desarrollar un papel distinto².

¹ OSORIO, J., *Las dos caras del espejo*, Triana Editores, Méjico, 1995.

² ZAPATA, F., *Ideología y política...*, Op. Cit, pág. 217.

Económicamente, el continente ingresa a una etapa orientada a, y definida por, un “*patrón industrial diversificado*”³ donde la penetración de las inversiones extranjeras se tornan más compatibles con la industrialización de la periferia.

Al mismo tiempo, se irían poniendo entre paréntesis los marcos institucionales que debían regular las tensiones intersectoriales, dejando paso así a formas políticas autoritarias, donde la violencia estuvo menos eufemizada, especialmente en lo que refiere al modo de tratamiento de las demandas de los trabajadores.

Las ideas de desarrollo nacional independiente dejan lugar a nuevas maneras de plantear la interrelación entre el estado nación latinoamericano y las potencias. En ese marco

(...) las inversiones (extranjeras) se desplazan de la minería, la extracción petrolera, y los servicios públicos, hacia la industria manufacturera (...) así se reduce fuertemente la exportación de bienes, y aumenta la exportación de capitales como resultados de la repatriación de los beneficios que las transnacionales logran obtener en la periferia.⁴

Este ordenamiento irá trazando rasgos comunes en las políticas de los distintos países del continente y dará lugar a un giro particularmente importante para la industria televisiva que si bien en general seguirá encontrando limitaciones legales para la penetración del capital extranjero en los medios de difusión, pudo sortearlas ahora bajo diversas estrategias, cuando no ignorarlas lisa y llanamente.

Como es obvio, el gran problema de la televisión como muchas industrias culturales es la rápida obsolescencia de sus productos que, sin destruirse físicamente en el consumo pierden sin embargo muy rápidamente todo su atractivo.

Los Estados Unidos disponían y disponen de una enorme producción cuyos costos amortizan mediante la colocación de innumerables copias en casi todo el planeta. Ya entonces, en la producción llevaban no sólo la delantera por una cuestión cronológica y por la mayor disposición de capitales productivos en el rubro, sino también por el aporte invaluable de su industria cinematográfica que, luego de un período de terror-odio, empezaba a descubrir en la televisión una nueva ventana de amortización para sus productos, así como posibilidades ilimitadas de negocios.

Las puertas abiertas de América Latina permitieron la comercialización de esos contenidos en todo el continente, lo que permitió tam-

³ OSORIO, J., *Las dos caras...*, Op. Cit.

⁴ ZAPATA, F., *Ideología y política...*, Op. Cit, pág. 221.

bién establecer “acuerdos de cooperación” con las mismas networks, que junto a sus productos brindaban capacitación técnica y de management a los nacientes canales de Sudamérica lo que devenía en una razonable adecuación entre la organización del trabajo y el negocio televisivo local y las condiciones de producción y difusión norteamericanas.

Este flujo comercial y de capacitación sirvió de pantalla para la intervención económica; aunque en honor a la verdad, tal encubrimiento no siempre fue indispensable.

Mientras tanto, el discurso académico de la modernización fue expandiéndose en América Latina hasta incorporarse al sentido común como una promesa de inminente bienestar que se podría interpretar como un horizonte de expectativas sociales. Una divulgación modernizadora crecía y se fortalecía especialmente en los sectores medios, casi al tiempo que la noción iba confrontando su impotencia en el pensamiento académico donde emergen nuevas reflexiones de diversos cuños, que con el tiempo fueron agrupadas bajo el nombre de Teorías de la Dependencia.

Desde luego, tales desarrollos tendrán nula significación para el devenir de la televisión latinoamericana durante estos años. Sin embargo, el señalamiento tiene sentido porque estas concepciones sentarán las bases de ulteriores debates y movimientos sobre la necesidad de democratizar la comunicación y la información en el mundo. Volveré sobre esto enseguida y veremos que si bien la reivindicación no tuvo la mejor de las suertes, tampoco pudo ser jamás completamente silenciada.

Por el momento es importante destacar cómo, al despuntar los sesenta, el nuevo patrón económico latinoamericano marca el pulso del desarrollo de la televisión al tiempo que el espíritu de la modernización alienta los debates en torno a su función social y educativa.

Aunque es el negocio quien marcará principalmente el desarrollo de la TV, eso no significa que la idea generalizada de que ella era un instrumento para la modernización pueda considerarse como una fantasía sin incidencia en la realidad. Por el contrario, en muchos casos esa valoración de su función educativa ha operado como un límite importante a la decisión de hacerla un negocio sin más consideración que la ganancia.

La modernización fue concebida como un proceso en el que la dimensión cultural era fundamental porque

(...) la modernización está sujeta a la interiorización de normas de ese carácter (cultural) por parte de los que viven ese proceso. Así se subraya un incremento de la racionalidad en el comportamiento humano y en la organización social; se insiste en la necesidad de de-

cidir a partir de la información objetiva y de cálculos con los procedimientos que se aplicarán para buscar el logro...⁵.

Es de imaginar que en relación a tales supuestos, la TV como medio de “educación información y entretenimiento” sea impulsada y defendida en diversos intentos no comerciales (o no solamente comerciales) y haya sido la premisa para inspirar e impulsar políticas específicas. Incluso, en algunos casos, esa convicción demoró el desarrollo del negocio durante décadas como sucedió en Colombia o Chile.

Pero es inobjetable que fue el negocio quien se impuso antes o después haciendo evidente que Sudamérica no era Europa y los estados nacionales no apuntaban a un consenso inclusivo a partir de una redistribución más o menos homogénea del ingreso y una estandarización educativa de la mayoría de la población. En tales condiciones y con vistas a las ventajas económicas de la TV comercial de entretenimiento (especialmente la autofinanciación), el nuevo medio terminará asumiendo aquí la forma del negocio, bajo la mirada estricta de los nuevos gobiernos autoritarios, quienes controlaron celosamente el tenor crítico de la información y los “valores morales” presentes en los contenidos.

Así, entre gobiernos, medios públicos y empresa comunicacional predominó el acuerdo y una tranquila convivencia.

(...) las diferencias entre el supuesto sector “público” y el privado se reducen a una supuesta competencia comercial que no suele ser mayor ni menor que la que rige en las relaciones competitivas de las propias empresas privadas.⁶

Antes de avanzar sería valioso recordar una vez más que estamos hablando de la “televisión negocio” en una época en la que no ha prosperado la televisión de pago y, por lo tanto, los contenidos que los nacientes canales producen no son el negocio en sí, sino su condición de posibilidad.

Las productoras -especialmente las norteamericanas- hacen su ganancia vendiendo contenidos, de modo que es allí donde los difusores tienen su costo. La ganancia de estos últimos será la renta publicitaria por vía del arrendamiento de sus señales.

Si en estos años la “TV negocio” prosperó y se impuso, fue gracias al inusitado auge que tuvo la publicidad y esto no pudo ser ajeno a las políticas y las posibilidades que el nuevo patrón de desarrollo estimulaba.

(...) una política que también compromete al Estado periférico, que pacta con las transnacionales la satisfacción de la demanda de los sectores sociales de ingresos medios y altos.⁷

⁵ Ibidem, pág. 172.

⁶ GETINO, O., *La tercera Mirada...*, Op. Cit., pág. 56.

⁷ ZAPATA, F., *Ideología y política...*, Op. Cit, pág. 222.

Los vínculos comerciales que en Estados Unidos ligaban a las tres networks (o a grupos de la grafica como Time-Life) con las grandes agencias de publicidad norteamericanas, se reproducen rápidamente tanto al sur del río Bravo como en otros lugares del mundo, donde comienzan a operar filiales y sucursales de aquellas agencias publicitarias y de los grandes de la comunicación.

Acelerar el consumo en la periferia era un objetivo para el capital trasnacional ahora que la exportación de materias primas era sustituida por “*la remisión de royalties y el pago de patentes y licencias*”⁸. En ese marco, la televisión más eficiente, sería la más capaz de participar económica y políticamente, en el desarrollo progresivo de un capitalismo dependiente.

Económicamente, la TV es un factor dinamizador de la comercialización de la industria electrónica que llega al continente casi completamente procedente de Estados Unidos.

Políticamente, la TV es un factor de educación pero no necesariamente en el sentido de la formación de un ciudadano autónomo y racionante, sino más bien predispuesto a un sistema de valores que sustentan los fundamentos del orden burgués en sus expresiones políticamente más conservadoras.

Bajo estas condiciones se expanden las cadenas de televisión y se imponen “las más aptas” para llegar a constituirse en las grandes latinoamericanas. Es el tiempo de la expansión.

El desarrollo de nuevas tecnologías audiovisuales, especialmente el *videotape*, ampliarán de manera sorprendente las posibilidades de producción, al tiempo que la difusión se irá viendo paulatinamente favorecida por la inclusión de las microondas, facilitando el desarrollo de las redes. Con estos recursos, con el capital fluyendo hacia ellas, con la publicidad acicateando ese crecimiento y los gobiernos atendiéndolas como fuente de control de la opinión pública, la televisión latinoamericana deja su infancia.

BRASIL

Brasil es uno de los casos emblemáticos del desarrollo de una televisión privada en estrechísima vinculación con el gobierno, para quien el medio pasa a ser parte de la doctrina de seguridad nacional⁹. Allí durante la década se conjugará el declinar de la red Tupí, fundamentalmente por el criterio patriarcal y poco eficiente de su organización y administración, pero también por el desarrollo de

⁸ Ibidem, pág. 222.

⁹ CAPPARELLI, S. y DOS SANTOS, S., “La televisión en Brasil”, Op.Cit.

relaciones no siempre armoniosas con el gobierno. Esto abre espacio para la irrupción de una fuerte competencia por parte de televisión Excelsior (fundada por capitales cafetaleros) y Televisión O Globo de la familia *Marinho* de Río de Janeiro.

El grupo norteamericano *Time-Life*, que busca su espacio en el mercado televisivo brasileño trata como en el resto de continente de establecer alguna de esas alianzas que le permitían sortear las limitaciones legales, para ir controlando así las distintas televisoras.

En Brasil, el nacionalismo de las décadas precedentes se había atenuado e incluso su economía estaba abierta a la entrada de capitales extranjeros, pero las restricciones legales a entrar en los medios de comunicación seguían siendo enormes, de modo que sólo O Globo aceptó firmar un “convenio de asistencia técnica”. Las sistemáticas denuncias del hecho, especialmente por parte de las Industrias Culturales (IC) de Chateaubriand, se encontraron frente a un “estado árbitro” que ignoró la irregularidad tanto como pudo. Y ese tanto no fue poco: “*Tras un examen sumario de la cuestión el Consultor General de la República concluyó en que no existía infracción legal en el contrato*”.¹⁰

Los intentos de penetración norteamericana y las denuncias alcanzaron niveles de folletín, cuando los mormones enviaron a una fundación de Sao Paulo un millón y medio de dólares para que operara como testaferro en la compra de las 29 emisoras de radio Piratininga.

El escándalo puso sobre el tapete y de manera inocultable las denuncias sobre la relación entre O Globo y Time-Life. Las repercusiones fueron doblemente parlamentarias: Del lado norteamericano, el Congreso debió vetar el envío de Claire Luce como embajadora ante Brasil por ser la esposa de Henry Luce, dueño del grupo Time-Life. Del lado brasileño se puso en funcionamiento una comisión parlamentaria de investigación del convenio entre O Globo y Time-Life.

Los militares gobernantes no se privaron de ejercer todas las presiones posibles a favor de O Globo y, cuando la comisión declaró la inconstitucionalidad del contrato, sugiriendo que se cancelara la asignación de la frecuencia, el entonces presidente, Mariscal Castello Branco, optó por sancionar a O Globo, dándole noventa días de plazo para la cancelación del convenio. Para entonces, la empresa televisiva ya había despegado y sobre todo, había sentado las bases de una férrea alianza con el gobierno, llamada a durar casi los 20 años de ininterrumpida dictadura militar (1964-1984).

¹⁰ Ibidem, pág. 75.

Fueron veinte años de una política autoritaria, una fuerte apuesta al desarrollo económico nacional y un enorme esfuerzo en el desarrollo de la comunicación, decididos a “*integrar para no entregar*” como supo decir el presidente, Gral. Garrastazu Medici (1969-1973)¹¹. Fue durante estos años que, mediante el Código Brasileiro de Telecomunicaciones se ordena el sector y se crea la empresa de telecomunicaciones estatal *Embratel*, que constituirá la condición de posibilidad del desarrollo de una red nacional de TV que, sin embargo, no llegará a estar madura sino hasta 1969¹².

Por la misma época se crea la zona franca de Manaus facilitando el libre ingreso de productos electrónicos¹³.

El desarrollo de una televisión pública es impensable en el marco de estas excelentes relaciones que ligan a O Globo con el gobierno, en un idilio que no afecta ni siquiera la decisión del presidente Mariscal Costa e Silva (1964-1968) al firmar la Ley Institucional N° 5 que suprime la libertad de expresión.

En una armónica reciprocidad, las telecomunicaciones desarrolladas por el Estado y la televisión privada, liderada por la familia Marinho, favorecen la integración de los dispersos mercados brasileros.

Por vía publicitaria, esto vuelve a favor del desarrollo de la televisión, que se expande creando así una economía de escala que diluye sus costos relativos y alienta una fabulosa producción que llegará a ser líder en el continente y cuyo género descollante son las telenovelas con las que entrará al negocio internacional¹⁴. Se debe aclarar no obstante que el desarrollo de producciones locales ya había marcado un hito con los grandes *music halls* en la competencia entre *Excelsior*¹⁵, Tupí y luego Globo.

¹¹ Ibidem.

¹² En Argentina en cambio, como veremos al analizar el caso, recién la dictadura de Videla tendrá una preocupación similar, pero con acciones mucho más modestas que trataron de asegurar cierto acceso a la TV en las fronteras. (Volveré sobre esto).

¹³ GETINO, O., *La tercera Mirada...*, Op. Cit.

¹⁴ MASTRINI, G. y BECERRA, M., “50 años de...”, Op. Cit..

¹⁵ Excelsior fue una cadena de televisión generalista que emitió desde 1960 hasta su cierre en 1970. Su canal principal era el Canal 9 de São Paulo y pertenecía a Mario Wallace Simonsen. Su final estuvo asociado al golpe de estado que la obligó a levantar ciertos programas que eran la base de su audiencia. Su desarrollo fue afectado más aun por el quiebre de su principal accionista, la línea aérea Panair, cuando el gobierno militar le cancela sus concesiones de vuelo. Fue vendida a la Folha de Sao Paulo y restituida luego a su dueño inicial en cuyas manos sobrevive apenas poco más de una año.

Antes de terminar la década, Globo ya había adquirido otras estaciones de TV y disponía de una editorial y agencia de noticias, en un proceso de integración horizontal que ahora, en vez de llegar hasta la televisión, partía de ella.

VENEZUELA

Las particularidades de la época se manifiestan también en Venezuela aunque allí siguen observándose rasgos de debilidad del sector. Al empezar la década, como ya se dijo, reabre Canal 4 *Venevisión*, como parte de ODC (Organización Diego Cisneros) cuya particularidad es que no venían de la radio ni la industria editorial, sino que se trataba de un *holding* muy diversificado (lo que muestra también un prematuro proceso de flujo de capital proveniente de otros sectores de la economía).

La fortaleza de la cadena de Diego Cisneros debe observarse a la luz de su estrecha relación con la network ABC de Estados Unidos, que era dueña del 43% de *Venevisión*. Pero no por eso debería subestimarse el hecho de pertenecer a un grupo económico propietario y representante de grandes marcas trasnacionales que eran las principales anunciantes publicitarias, entre ellas Pepsi y cerveza Polar.

Otro aporte significativo que se debería considerar es la participación en el negocio de Goar Mestre (ex hombre fuerte de la TV cubana como ya dije) quien tras la Revolución del '59 debió abandonar la isla y, de la mano de sus amigos de Time-Life, fue un precursor de la tele allí en Venezuela, como también en Perú y Argentina.

El éxito de *Venevisión* será enorme llegando luego a proyectarse como una empresa trasnacional de gran importancia. Pero incluso para ella el desafío no es sencillo: En 1963 adquiere y reabre el regional Canal 13 del estado de Carabobo que había dejado de emitir un año antes y que, sin embargo, no sostendrá más allá de 1969.

Tampoco fue mejor la suerte del Canal 11 fundado en la ciudad capital en 1966. Y si en algo sonrió el destino a CVTV canal 8, fundado en 1964 con participación accionaria de CBS y Time-Life, fue que a poco de su cierre, el Estado se hizo cargo de él, y reaparecerá como *VTV Canal 8*.

RCTV Canal 2 de la familia Phelps (ex 7) y *Venevisión* de Cisneros constituyeron las dos redes fuertes y de proyección en Venezuela, que se consolidaran durante los años '60 siempre en dependencia -aunque sí legal- con las cadenas de Estados Unidos, de la que también obtenían la programación para su horario central. Mientras tanto, localmente se producen ya las telenovelas y programas en vivo. Los

informativos en cambio (pieza siempre clave para la producción local) no tenían en Venezuela una alta penetración.

En cuanto a la legislación, ella nunca fue una verdadera dificultad para la televisión de Venezuela que se siguió rigiendo durante todo el siglo con la ley de 1941 que, si bien inicialmente ni la contemplaba, para 1996 ya había sido modificada por doce decretos, pero nunca reformulada. Entre 1941 y el 2000 hubo once proyectos de ley, de los cuales sólo dos pasaron una primera discusión en el senado. Otra ejemplo de la ley haciendo lo que los medios mandan.

MÉJICO

Méjico presentó un modelo de desarrollo sin demasiado sobresaltos a partir de la formación de Telesistema Mejicano (luego Televisa) donde tendría gran ingerencia todo el partido gobernante y no sólo el presidente como primer accionista.

Las relaciones entre el PRI y la TV fueron tan cercanas que hubo accionistas de la empresa que dejaron su puesto en el directorio para transformarse en legisladores por dicho partido. Y una vez cumplido el mandato volver al directorio del grupo¹⁶.

Al empezar la década Telesistema Mejicano tenía repetidoras en veinte de los treinta y un estados y antes de los setenta la cobertura de la red alcanzaría a todos ellos.

Para mediados de los sesenta, comenzarían a surgir estaciones locales en el interior del país, que correrían suertes diversas, pero a menudo terminarían compradas o cooptadas por la cadena nacional.

En la década se promulga la ley de radiotelevisión vigente hasta 2006. La ley que viene a reemplazarla; y que no puede ser sospechada de ir en contra del grupo mimado ya que, popularmente se la llamó “Ley Televisa”.

En la década de los ‘60 en Méjico, el hecho relevante de la televisión es la creación del Canal 11 Politécnico. Una tardía irrupción de la televisión pública y cultural que, sin embargo, en los años subsiguientes tendrá en México una relevancia incomparable con el resto del continente.

PERÚ

En Perú la Ley Gral de Telecomunicaciones de 1957 modifica la impronta que dejó la liviana ley que regulaba a la radiofonía. Se establece obligatoriedad de licencia estatal y preferencia de las emi-

¹⁶ MASTRINI, G. y BECERRA, M., “50 años de...”, Op. Cit., pág. 4.

soras públicas. La dictadura del '62 pone los medios bajo control de las FFAA. No obstante, la ley de radiodifusión del '68, tal como sucede en casi todo el continente, pasa a considerarlas como industrias de interés público. Forma sutil como se dijo, de no tener que asumirlas como una responsabilidad estatal ni considerarlas un derecho universal.

Durante esta década la TV de Perú osciló entre un nacimiento privado comercial y el control de las Fuerzas Armadas.

CHILE

En los sesenta también nace en Chile una televisión nacional: Chile-TVN. La idea inicial durante el gobierno de Eduardo Frei Montalva (1964-1970) fue la de una red nacional que integrara los existentes canales universitarios acentuando el carácter educativo. Según Valerio Fuenzalida coexisten las versiones que la presentan así, con otras que aseguran que fue una jugada desesperada del Frei tratando de utilizarla para ganar las elecciones siguientes. Nació con un buen equipamiento y excelentes técnicos, dotando así a Chile de una red nacional estatal, además de tres estaciones universitarias con emisiones regionales en Santiago y Valparaíso.

ARGENTINA

En Argentina durante la década iniciaron su transmisión los tres canales privados de Bs. As. 13, 11 y 9. La prohibición legal de transmitir en cadena, el retraso en el desarrollo de las telecomunicaciones y otros factores políticos permitieron el surgimiento canales independientes en el interior. De todos modos y hasta detenernos en el caso argentino, vale destacar que en esta década Argentina empieza a desarrollar también una televisión por cable que constituye toda una particularidad.

COLOMBIA

En Colombia desde 1955 y hasta los '90 funcionará un sistema mixto muy particular, en el que la televisión pública alquila segmentos horarios a agencias de publicidad que insertan allí los programas que sus marcas auspician, o empresarios que producen programas para difundirlos y comercializar los espacios de tanda. Así, los protagonistas de la TV colombiana no fueron los canales sino los programadores. *Caracol* y *RCN* fueron las dos empresas que mantuvieron mayor participación en la programación. Luego, estos

dos grupos serán los que obtengan las primeras licencias cuando en 1977 se crean los primeros canales privados de TV¹⁷.

Vemos entonces que durante los sesenta, en lo que respecta a la reflexión político cultural, la televisión y los medios en general, tienden a pensarse como el instrumento adecuado para el cambio cultural indispensable en el paso de la sociedad tradicional a las formas modernas que la industrialización por sí sola no había podido operar. Con ese cambio esperaban poder abrir las puertas de la ciudadanía a esas masas que hasta ahora, no encontraban su lugar político por fuera de los “populismos” que la elite intelectual observaba como formas de fascismo.

Pero el progreso y desarrollo tomaron cursos relativamente imprevisibles y la TV siguió la vía de una rápida mercantilización a la luz de las inversiones y la comercialización de contenidos norteamericanos.

Lejos de utilizarse para el debate ciudadano, sirvió como fuente de importantes negocios para empresas -a menudo de carácter familiar- que movilizaban recursos económicos, sociales y políticos, obtenían no sólo acceso al espectro de radiofrecuencias, sino también los capitales económicos necesarios para el negocio, los conocimientos indispensables para usarlas y las relaciones sociales con el mundo empresarial.

Políticamente hablando, antes que para el debate ciudadano o incluso una paternalista “educación”, la lógica mercantil de la TV sólo le permitió constituirse como un dispositivo adecuado para el control de la información y cierto incipiente trabajo de producción y administración de la opinión pública, en lo que fueron pioneros los gobiernos autoritarios que caracterizaron la década.

Bajo esa premisa política el negocio se expandió hacia el interior de nuestros países, siempre de la mano de las grandes industrias culturales norteamericanas, mostrando su marcada inclinación a la concentración oligopólica.

¹⁷ REY, G., “La televisión en Colombia”, Op.Cit.

De los '70 a los '80

LA BISAGRA

Los años setenta y ochenta constituyeron una bisagra a nivel planetario, de cuyo quiebre no se sustrajo ni América Latina ni su televisión. Económicamente hablando, a poco de comenzados los setenta tiene lugar la crisis del petróleo y toda una conmoción mundial que, a las postres, muchos autores interpretarían como una de las crisis cíclicas del capitalismo que puso en entredicho tanto al patrón de crecimiento que el capital había asumido desde la posguerra, como el marco socioinstitucional del estado de bienestar: Una crisis de la fase fordista-keynesiana¹.

Pero es importante destacar que esta crisis no sólo arrollaría las formas políticas hegemónicas de los años precedentes, sino que también se llevaría con ella a todos los intentos, movimientos, e idearios contra hegemónicos, precisamente cuando más fuertes parecían.

El paso de los sesenta a los setenta había tenido la marca de memorables revueltas populares de distinta suerte (desde el mítico mayo francés hasta la masacre de Tlatelolco) que en la región aportaban a un ideario crítico del modelo económico y político dominante.

Así como el pensamiento académico de la modernización había cobrado el carácter de sentido común -de espíritu de época- en los años precedentes, ahora era el turno de la divulgación y naturalización de las ideas que en los años precedentes habían constituido ese núcleo conocido como Teoría de la Dependencia y cuyos principales referentes fueron Cardoso, Faletto, Gunder Frank, Marini y Stavenhagen, entre otros.

Al menos dentro de los grupos urbanos socio económicamente integrados, casi nadie parecía entonces ajeno a nociones como imperia-lismo, dependencia, monopolios y trasnacionales.

¹ LACROIX, J., "Las instituciones internacionales y el modo de regulación discutido y programado", en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (Ed.), *Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999.

Un indicador menor pero afín a nuestro tema, fue la proliferación de filmes ficcionales y documentales como los de Miguel Litín en Chile, el grupo Ukamau en Bolivia, Gleyzer, Solanas y Getino en Argentina, Felipe Degregori en Perú Marta Rodríguez y Jorge Silva en Colombia, el cine novo en Brasil e incluso fuera del continente habría que nombrar la obra del griego Costa Gavras o el italiano Gillo Pontecorvo entre otros.

No obstante, para rescatar de la memoria expresiones menos intelectualizadas, se podría evocar aquel viejo programa humorístico argentino llamado “La tuerca” que entre sus personajes supo tener una ancianita inmigrante italiana, que ante cualquier situación conflictiva sugería *“ponere una bumba e pum: vuela el chancho burguese”* o el jubilado de mameluco y gorra cuya propuesta para toda situación difícil era *“agarrar un fierro, y entrar a dar y a dar... Y el que queda... queda”*.

Especialmente dentro de las clases con mayor volumen de capital cultural estas teorías fueron divulgándose y cobrando forma de creencias aceptadas que aportaban lo suyo al descrédito de las promesas desarrollistas y modernizadoras.

Donde el rigor intelectual intentó ser mayor, este nuevo pensamiento además golpeó con su crítica a la vieja izquierda mecanicista que se empantanaba tratando de comprender por qué, en América Latina, no se cumplía el paso del feudalismo al capitalismo; transmutación que en algunos casos parecían concebir como algo del orden de lo natural.

Enriquecedora especialmente para ciertas corrientes del marxismo menos mecanicistas, se puede asegurar que en este enfoque abrevaron la mayoría de las organizaciones políticas de la época asumiendo formas disímiles, que, si bien pueden identificarse en el programa de algunas organizaciones armadas, también están en expresiones políticas que apelaron a otros métodos, incluso la vía electoral y parlamentaria, como Salvador Allende en Chile. De hecho, en América Latina, los movimientos antiimperialistas asumieron a veces un carácter marxista, a veces nacionalista, e incluso a menudo de cuño religioso (Teología de la Liberación). Y con frecuencia las distintas perspectivas se amalgamaban en síntesis que iban hasta lo más ecléctico, llegando incluso a lo místico.

Sin embargo, aquí lo que me interesa destacar es un par de rasgos básicos que sirven para entender por qué la televisión -y el resto de los medios- empiezan a dejar de ser la promesa de una nueva ciudadanía y armonía social, para ser señalados como instrumentos de la colonización y dependencia.

Muy sumariamente podemos describir que el planteo de la dependencia, durante la década precedente había abandonado las hipótesis

evolucionistas dominantes, que esperaba ver en la periferia, formaciones sociales comparables a las de los países centrales. El análisis dependientista

(...) muestra el desarrollo progresivo de un sistema capitalista donde el mercado interno (de los países periféricos) desempeña un papel cada vez más importante (de modo que) ahora la expansión de las empresas multinacionales depende del grado de penetración de dichos mercados. Es decir, la dependencia pasa de ser un fenómeno financiero y comercial (como hasta principios del siglo XX), a un sistema de articulación entre los costos relativos más baratos de la periferia, las menores necesidades de tecnología y los imperativos de las transnacionales de lograr mayores tasas de ganancia.²

Así, pensar en el desarrollo de Latinoamérica implicaba pensarlo en términos de una relación entre centro y periferia (que asumían en su origen lo estudios de la CEPAL). A la luz de estas ideas, ya no tenía sentido hablar de un paso de lo tradicional a lo moderno, porque no se trataba de dos estados secuenciales, de un recorrido histórico común para todos los países, sino de dos conformaciones en necesaria coexistencia.

De este modo, se postula estudiar el desarrollo latinoamericano más allá de los estados nacionales, asumiendo al mundo como un sistema único en el que la periferia, sometida a un intercambio desigual, transfiere recursos hacia el centro, generando distorsiones en su propio desarrollo. El capitalismo periférico no era entonces un estadio previo al de los países centrales, sino una forma particular del capitalismo, que tiene lugar en el marco de formaciones sociales que contienen varios modos de producción en coexistencia, más bien que un sector atrasado, en camino hacia la modernidad.

En este marco, una de las críticas más fuertes al planteamiento modernizador, o al menos una de las más relevantes a los fines de este trabajo, es la puesta en cuestión de que sea la racionalidad quien regula el accionar de los actores sociales, para poner el acento en los condicionantes estructurales como condicionantes de las estrategias grupales e individuales.

La cuestión de los medios en relación a la ideología y la dominación cobraron importancia y alentaron estudios valiosos y significativos modificando de fondo la mirada de los medios y en especial la TV, en la arena política.

Ya para fines de los sesenta y principio de los setenta, este enfoque había ganado lo suficiente en divulgación como para poder oírse críticas a los medios por doquier. Desde las formas más elitistas respecto a

² ZAPATA, F., *Ideología y política...*, Op. Cit, pág. 225-226.

una destrucción del arte y la cultura con inciertas reminiscencias francfurtianas, hasta acusaciones que veían en los medios agentes de planes imperialistas, sin olvidar sus responsabilidades en el consumismo que, por vía de la publicidad alienaba a las personas. Artífices de modelos de vida extranjerizantes, funcionales para la dominación, que terminaban dando la espalda a los más genuinos valores de la cultura popular. Juicios que, sin carecer de fundamentos, creo que a menudo alcanzaron formas y niveles paranoides.

El momento fue propicio además para un antiimperialismo creciente, cuando el socialismo parecía extenderse por el planeta y el gran gendarme se retiraba bochornosamente de Vietnam, dejando en el más absoluto descrédito y repudio a su política del garrote; luego de no haber podido siquiera con la pequeña isla caribeña tras reiterados intentos de todo tipo y de haber tenido que reconocer al gobierno de Mao. Desgastado por las resistencias al interior de sus fronteras, desacreditado por sus conflictos raciales y amenazado los movimientos insurgentes en todo el patio trasero, especialmente Nicaragua y el Salvador.

El antiimperialismo tomó las sendas del nacionalismo a veces, del marxismo otras y a menudo de ambas mixturadas y, más allá de las posibilidades objetivas que hoy podamos imputarle a esos movimientos, las clases dominantes del continente percibieron la situación como una amenaza concreta.

Por entonces los medios de difusión estuvieron en la mira de muchos gobiernos, aunque no siempre por idénticos móviles ni con los mismos objetivos. Se puede decir no obstante que hubo en general intentos de ganar una televisión más social y menos mercantil, lo que no llegó a plasmarse en ningún caso, pero también hubo fuertes avances sobre su control ante las incertidumbres que aquejaba a los grupos de poder, en un momento de tanta conmoción.

Es importante destacar que al mismo tiempo, las networks de Estados Unidos fueron cediendo la propiedad de los canales de televisión latinoamericana, en parte quizás por imperativos políticos dado que la inestabilidad de la región amenazaba a sus inversiones, pero en buena medida también porque para entonces, la televisión norteamericana daba signos de crisis, y planteaba el paso hacia la segunda generación audiovisual, que suponía el desarrollo de las emisiones satelitales y la generalizada penetración del cable. No obstante, conservaron, y muy sólidamente, el negocio de la venta de contenidos³.

El cuestionamiento a los medios y la organización de las comunicaciones en el planeta fue algo que, sin embargo, excedió con creces

³ BUSTAMANTE, E., *La Televisión económica*, Op. Cit.

los límites del “patio trasero”. Para finales de la década, en el marco de los países no alineados, se consolidó un importante movimiento en reclamo de un nuevo orden mundial que excediendo lo estrictamente económico se planteaban la urgencia de democratizar el acceso a la información y la comunicación. Reclamo que motivó a la UNESCO, a formar una comisión de notables (el premio Nobel de la paz Sean Mc Bride, Gabriel García Márquez y MacLuhan entre otros) para la realización de un estudio que diera cuenta de las asimetrías en los flujos internacionales de la información.

La preocupación de la UNESCO era correlativa a lo que venía sucediendo en varios países del continente, como Venezuela con Carlos Andrés Pérez, México durante el gobierno de Luís Echeverría, la Argentina del tercer gobierno de Perón, Perú durante el gobierno de Velasco Alvarado y desde luego Chile con Salvador Allende. En esos años por primera vez se generalizó la discusión e incluso se implementaron políticas nacionales de comunicación con preocupación por el acceso público y la participación.

Pero aunque intenso, el proceso fue breve, las revoluciones no llegaron o no duraron y las democracias latinoamericanas se mostraron incapaces para incorporar nuevos agentes y nuevas demandas. De modo que, a poco de andar la década, los golpes de estado se volvieron corrientes. Por aquellos años toda Sudamérica quedó sumergida bajo dictaduras militares, con excepción de Colombia y Venezuela. Gobiernos que, invocando la doctrina de seguridad nacional y combatiendo el fantasma del marxismo amenazante, abrieron las puertas a una reacción de magnitudes diversas, que fueron desde la progresiva “derechización” de México, hasta los genocidios de Chile o Argentina.

En ese contexto los avances antiimperialistas y los vientos transformadores fueron cediendo y hacia los ochenta, la dupla Reagan - Thatcher, emergen como nombres propios de una nueva época para el capital internacional y clausurando las más grandes expectativas del continente latinoamericano que luego de los baños de sangre especialmente en el cono sur- renunciaba a las utopías para trazarse como máximo objetivo, una democracia ordenada y una vez más, el sueño recurrente de plasmar en casa, los logros socioeconómicos de las potencias centrales.

En el espacio político latinoamericano, durante los ochenta fueron retirándose las dictaduras y abriéndose procesos de democratización en los que se depositaron las eternas esperanzas. De las democracias se esperaba más de lo que pudieron dar, y a menudo se las confundió con el mero acto electoral que, luego de celebrado, daba por cerrada casi toda forma de efectiva participación ciudadana hasta los nuevos comicios. Y los grandes sectores sociales que la política no incluyó, tam-

co fueron incluidos en una economía errática, excluyente y finalmente tendiente a la concentración y extranjerización.

En cuanto a las ideas políticas dominantes, el nuevo pensamiento social de la academia no pareció tener que esperar demasiado para convertirse en clima de época y lejos de los grandes debates y esfuerzos teóricos precedentes, en la nueva etapa se eligió como objeto de estudio a las transiciones democráticas y los movimientos sociales, “*donde tendió a primar un empirismo primario*”⁴ y en el que las transformaciones tienden a pensarse como el resultado de cambios graduales y pacíficos junto a “*una nueva concepción del poder, no centrado en el estado (y) con énfasis en el consenso y no en la coerción*”⁵.

Los estudios específicos sobre la comunicación tienen también un giro a partir de los ochenta y la cuestión de la participación de los medios de difusión en la generación de valor y las formas de organización del trabajo a su interior, quedarán relegadas a espacios muy marginales.

En cuanto a la relación medios-dominación, emergen con claridad, intentos y autores que desde tiempo atrás trabajan relativizando las perspectivas más mecanicistas y reduccionistas dominantes en los estudios americanos de la *Mass Communication Research*, pero también de muchos enfoques, pretendidamente críticos, que terminaban asumiendo idénticos principios.

De estos nuevos aires en el pensamiento académico nacieron trabajos y enfoques definiendo nuevas líneas en la Sociología de la Comunicación y florece la Semiótica y el Análisis Cultural. Miradas que otorgan un nuevo lugar al público, al que se lo deja de presentar como un receptor pasivo, concibiéndolo como actor de un proceso de comunicación, atravesado en ese vínculo por formas y recursos socio-culturales que, mediando en el consumo de los medios, abren infinitas posibilidades sobre los modos de apropiación/interpretación.

Más allá de los valiosos aportes de estas nuevas miradas frente a las formulaciones mecanicistas y maniqueas que husmeando en el texto vaticinaban los efectos, la preocupación por el consumo y sus contextos culturales, relegó a un muy segundo plano las condiciones de producción de esos objetos de consumo. E incluso podría sospecharse que esta “distracción” no haya sido completamente ajena a la impotencia frente a una industria cultural crecientemente autonomizada de todo control gubernamental (ya incluso en la vieja Europa) y en especial de una industria televisiva que tiende a no reconocer otras leyes que las del mercado, especialmente alentada por las posibilidades de negocios

⁴ OSORIO, J., *Las dos caras...*, Op. Cit., pág. 106.

⁵ *Ibidem*, pág.100.

que abren las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC's).

Así, y sin negar el valioso aporte que en un sentido hace este giro en las Ciencias de la Comunicación, tampoco se puede omitir que de uno u otro modo, tiende a dar la espalda a un veloz proceso de mercantilización de la producción cultural que sienta las bases de su posterior subsunción al capital trasnacionalmente concentrado.

Los ochenta evidenciaron la derrota de las concepciones que bre-gaban por políticas nacionales de comunicación y sus propuestas, contra quienes habían luchado firmemente en las organizaciones pa-tronales como la SIP o la AIR^{6 7}

El fracaso de estas políticas seguramente no responde, al menos plenamente, a errores, inconsistencias o responsabilidades atribuibles a quienes las sostenían, sino al cambio que se sucedió en el escenario mundial, en el plano político y su fundamentalismo de mercado que impone un nuevo modo de gestionar la producción y el intercambio, donde las industrias ligadas a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, devendrán *industrias vectoras* de un nuevo patrón de crecimiento⁸.

Incluso en la cuna de la televisión pública y de mercantilización limitada, tendrá lugar el mismo proceso. El informe Peacock de 1986 (Report of the comité on the Financing on the BBC) "*plantea la necesidad de una profunda transformación del modelo organizacional de esta industria (la TV), su desregulación y la apertura a la participación de prestadores privados*"⁹.

La desregulación en Inglaterra tendrá lugar en 1989, dando naci-miento a BSB y Sky Channel y como ya se adelantó, en Francia, antes de perder las elecciones en 1984 los socialistas autorizan Canal 5 y el go-bierno entrante privatizará TF1. Alemania en 1982 autoriza la TV pri-vada restringida a cable y satélite; recién en 1987 llegará la reforma a la TV abierta. En España, luego de un largo proceso de apertura de cana-les autónomos y el retiro en 1987 de toda subvención a la TV nacional, llegarán las televisoras privadas en 1989¹⁰. A partir de los años ochenta,

⁶ Siglas de la Sociedad Interamericana de Prensa y la Asociación Interamericana de Radiodifusión. Verdaderas internacionales del capital inforcomuniacional.

⁷ MASTRINI, G. y BECERRA, M., "50 años de..."; Op. Cit., pág. 5.

⁸ SAFAR, E., *Crisis estructural globalización y comunicaciones*, 1997 [en línea], di-rección URL: <http://www.ucv.ve/ftproot/anuario-ininco/ininco8/resart2.htm> [con-sulta realizada el 20 de noviembre de 2006]

⁹ KATZ, C., "Mito y realidad de la revolución informática", 2001, [en línea], direc-ción URL: www.eptic.he.com.br [consulta realizada en 2005].pág. 16.

¹⁰ BUSTAMANTE, E., *La Televisión económica*, Op.Cit.

en América Latina se cierra una etapa marcada por intentos de transformar el escenario audiovisual continental (donde el gran ausente fue Brasil gobernado por las FFAA durante veinte años sin interrupción).

Y este cierre, es el comienzo de una fase preparatoria, tanto en lo tecnológico y económico como en lo conceptual, que sentará las bases para los procesos de la década siguiente cuando, como veremos, tiene lugar un salto cualitativo en el desarrollo de la TV en particular y en general de los conglomerados mediáticos que cierran el siglo XX e ingresan al siglo XXI posicionados ente las 330 mayores empresas no financieras del mundo y con la tasa más alta de crecimiento en la economía de Estados Unidos donde, en el primer lustro de este siglo supera el 7% para los medios, frente al 6,4% del sector financiero, el 5,6% de los servicios y el 3,8% de los bienes durables¹¹. Irónicamente fue en los ochenta, justo cuando empezaba a gestarse esta ola imparable, se publican las conclusiones del informe solicitado por UNESCO que corroboraba enormes asimetrías en los flujos mundiales de información y que fue olvidado con el nombre de informe Mc. Bride, donde se postulaba la necesidad de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación (NOMIC). Irónicamente también, el nuevo orden ya estaba en marcha. Pero este nuevo orden venía a profundizar los desequilibrios a favor del gran capital, que empezará a fluir hacia las industrias culturales hasta convertirlas en uno de los espacios preferidos para su valoración.

En nuestro continente, la bisagra se visualiza con sorprendente claridad.

VENEZUELA

Una muestra clara de los aires antiimperialistas que marcan el comienzo de los setenta puede encontrarse precisamente allí donde antes, el capital norteamericano no había encontrado prohibiciones para su ingreso en la TV. Se trata de Venezuela donde la década lleva la marca de la *expansión geográfica* de la TV y su *nacionalización*, dada la convergencia de nuevas tecnologías y una voluntad política.

Lo tecnológico es central ya que a las facilidades de producción que introdujo el videotape un poco antes, se complementa ahora con las que ofrece para la difusión el uso del satélite y las microondas permitiendo la expansión de las señales hasta niveles impensados. Fue por entonces que el mundo entero -o mejor dicho algunas

¹¹ DE MORAES, D., "A lógica do mídia no sistema de poder mundial" en Revista EPTIC, vol VI, n.2, mayo-agosto 2004. <http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/Vol.VI,n.2,2004/ADenis.pdf>

partes del mundo entero- vieron “con sus propios ojos” las caminatas por la luna. Y fue por entonces que, en Venezuela comenzaron a desarrollarse productoras independientes.

Para 1971, el presidente demócratacristiano Rafael Caldera inauguró la estación rastreadora de Camatagua para recibir señales vía satélite permitiendo así el acceso a la televisión internacional. Y sólo tres años después, a comienzos de 1974, un decreto ley del mismo presidente, exigió el retiro del capital extranjero de la radiodifusión y su paso a capitales nacionales. Eso desde luego, no significó sacarlos del juego en el que siguieron participando con la producción y comercialización de contenidos y toda la rama electrónica.

En esta década también aparece muy tímidamente los primeros pasos de una televisión regional, y ya bajo la presidencia de Carlos Andrés Pérez, se decide la compra de las acciones de la cadena de TV Canal 8, creada en 1964 y que, en sintonía con ese “aparecer y desaparecer” de las cadenas venezolanas, había declarado la quiebra para fines de la década. Así nace *Venezolana de Televisión Canal 8* como segundo canal público, al lado del pionero Canal 5. Pero mientras aquel conservaba su carácter educativo, este plantearía una programación más orientada al *rating*, lo que generó la protesta de los empresarios televisivos, a pesar que la financiación de este canal no fuera publicitaria¹².

Durante el gobierno de Carlos Andrés Pérez tiene lugar el mayor intento venezolano por lograr una legislación del audiovisual, que hasta entonces sólo tenía la forma de un conjunto de decretos coyunturalmente elaborados.

Para entonces también (1974) se creó el comité de radio y televisión (RATELVE) apuntando a desarrollar políticas públicas que pretendían excluir a los sectores privados, y que por eso mismo chocaron contra los *lobbys* que neutralizaron el intento.

Para mediados de los ochenta fracasa el último intento de una legislación, cuando el Estado -más allá incluso de Venezuela y Latinoamérica- inicia la retirada frente a la promisoría “mano invisible”, lo que posibilita una intensa actividad financiera en torno a las empresas de comunicación, alentando las privatizaciones, fusiones, compras, cruces de acciones etc.

Simultáneamente, en Venezuela tendrá lugar una descentralización político administrativa que facilitará el desarrollo de televisio-

¹² GETINO, O., *La tercera Mirada...*, Op. Cit.

ras regionales, aunque su tiempo de auge será recién al despuntar los noventa¹³.

La penetración del capital financiero y la “*regulación estatal por la omisión*”¹⁴, posibilitan el ilimitado ingreso y movimiento de capitales globales en torno a las industrias culturales.

Para 1988 nace Canal 10 Televen y comienza a desarrollarse el cable con la firma Omnivisión. Pero es importante destacar que en general -y Venezuela no es la excepción- la transnacionalización no vine a ahogar a los grupos locales sino a fortalecer a los “más aptos”, para quienes el nuevo proceso abre importantes espacios, a veces como nichos dejados vacantes por los grandes del mundo y otras veces para operar como socios menores en proyectos que a veces hasta exceden las propias fronteras.

A partir de los años ochenta, los dos grandes de Venezuela desarrollarán una importantísima producción de contenidos (unidades y programación de señales) para el mercado interno e internacional, proveyendo contenidos a otras televisiones del continente e incluso a la televisión norteamericana de habla hispana. La producción del grupo de Diego Cisneros es una de las principales del continente.

PERÚ

Con la revolución de Velasco Alvarado en Perú (1968) la decisión fue poner a los medios bajo control estatal así como la nacionalización de la empresa de telecomunicaciones que estaba por entonces en manos de la norteamericana ITT. Se crean en ese marco diferentes entidades con el objeto de dar cuenta del desarrollo de lo comunicacional, atendiendo en particular la administración de la publicidad estatal y los servicios informativos estatales, respectivamente mediante las empresas *Publi-Perú* y *Esi-Perú*. La ley de telecomunicaciones de 1971 es la que pone a los servicios de radiodifusión bajo control estatal invocando su carácter educativo, estableciendo que su explotación económica sólo podía ser manejada por empresas públicas o mixtas en las que el estado participaba con el 51% de las acciones.

La legislación también fijó una cuota de programación nacional obligatoria que, para poder cumplirse, motivó la creación en 1972

¹³ BISBAL, M., “La televisión en Venezuela”, Op. Cit.

¹⁴ Enrique Bustamante sugiere hablar de re-regulación antes que una desregulación. Es obvio que la “apertura” al capital privado no provoca una ausencia de reglas, sino la definición de un sistema específico de reglas, que impulsan un modo de desarrollo de la TV, en detrimento de otros posibles.

de la productora *Telecentro*. Al mismo tiempo se alentó la producción audiovisual con fines educativos.

También aquí tiene lugar la crónica de una reprivatización anunciada que sobrevendrá a las postres de este eufórico y no muy eficiente intento. Con el regreso de Belaúnde a la presidencia de Perú, se modifica la ley bajo los supuestos del libre flujo y el libre mercado.

ARGENTINA

Sólo de paso referiré aquí el caso argentino sobre el que volveré luego, para señalar que los tres grandes canales capitalinos fueron nacionalizados durante el tercer gobierno peronista (1974). De todos modos, el nuevo régimen de propiedad no modificó en nada su forma de financiamiento ni su concepción de programación. Y cuando poco después las Fuerzas Armadas dan el golpe de estado, los canales pasaron a sus manos. Es obvio que, si la nacionalización durante el peronismo tuvo -al menos en las declaraciones- un sentido de recuperación de “lo público”, durante la dictadura la propiedad estatal-militar no necesitó fundamentaciones conceptuales y los canales simplemente se usaron como fuente de negocio y feroz control de la opinión.

Al finalizar la dictadura se reprivatizará uno de los tres canales y los otros durante el gobierno de Menem al final de los '80. El desarrollo del negocio televisivo será vertiginoso desde entonces, en creciente dependencia del capital extranjero y librado a los designios de la mano invisible, sin la menor posibilidad de lograr una legislación y permitiendo un descomunal proceso de concentración y extranjerización.

CHILE

En Chile, donde la televisión no tuvo origen empresario, a comienzos de la década de los '70 se logra la primera ley para la televisión, reconociendo a los tres canales universitarios y a la TVN (Televisión Nacional). La nueva ley ratificó el concepto de televisión pública vigente y se establecieron mecanismos participativos para la toma de decisión, tendientes a garantizar los consensos. Es de imaginar que en la feroz polarización que sobrevino durante el gobierno de Salvador Allende, los canales se volvieron espacios de disputas partidarias y facciosas que llevaron situaciones de conflictos que obstaculizaron todo proceder.

Con el golpe de Pinochet el control del gobierno (FFAA) sobre la TV fue total y tuvo una amplia expansión derogando todas las restricciones que limitaban la comercialización publicitaria y desde

1975 el presupuesto nacional dejó de consignar los recursos para el sistema televisivo.

La dictadura, como en el caso argentino, no confió la televisión ni a la empresa privada de modo que toda innovación enfrentó allí la ausencia de un empresariado ansioso de ganancias o un sector político posibilitado de debatir, por lo que recién en 1987 habrá una televisión por cable (Intercom) y para 1990, el gobierno de Aylwin vende la frecuencia cultural de TVN y se establece *Megavisión*. Con la década de los noventa llega a Chile la televisión privada.

COLOMBIA

En Colombia, para mediados de los '80 nace el primero de los canales regionales de TV siempre de naturaleza pública. Es de destacar, sin embargo, que la particularidad colombiana es sólo relativa:

Al cabo de los años, pese a que el 100% de los servicios de televisión son de propiedad pública, el contenido de los programas, los públicos y la publicidad se desarrollaron en Colombia de un modo semejante al de la televisión comercial privada de los otros países latinoamericanos¹⁵.

BRASIL

En Brasil a partir del golpe de 1964, O Globo establece una clara posición de apoyo al régimen independientemente de las políticas y los hombres, sin dar lugar a ningún intento de modificar o al menos discutir sobre la televisión y su destino.

La década de los setenta comienza en Brasil al mando del General Garrastazu Medici, (1969-1973) bajo cuya gestión tiene lugar el llamado milagro económico brasilero. Una época de fuerte consolidación económica asociada a un importante desarrollo de la comunicación y en especial de la radio y televisión, que fungen como dispositivos clave en la integración de un país extenso y socioculturalmente fragmentado. La posibilidad de una red nacional de TV dependía de disponer de un sistema de telecomunicaciones extendido, lo que sucedió con la creación de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones *Embratel* (1969).

En un país tan grande y poblado, este salto fue la condición para que la televisión pudiera crear una economía de escala que le permitía amortizar rápidamente los costos de su programación ayudando a que O Globo comience la exportación de contenidos a otros países.

¹⁵ GETINO, O., *La tercera Mirada...*, Op. Cit., pág.116.

La marca del nuevo período fue la censura a los principales medios con la desaparición forzada de periodistas. (Recordemos que el mariscal Costa e Silva había suprimido la libertad de expresión).

Bajo la presidencia del General Ernesto Geisel (1974-1978) comenzará cierta distensión política con miras a una vuelta a la institucionalidad que, de todos modos, no sucederá hasta mediados de la década siguiente.

A principios de los setenta se desarrolla la TV color y en general fue un período de fortalecimiento, expansión y consolidación de O Globo y sus cadenas de emisoras y repetidoras. Ya en 1980 el gobierno anunció que suspendería las señales de la pionera red TUPI del grupo “Diario e Emisoras Asociados” repartiendo sus emisoras en un grupo de empresas menores respecto de Globo, las que “...tras la desaparición de los Asociados y el reparto de sus despojos (percibieron) las dificultades de competir con la red Globo con una creciente tendencia al monopolio”¹⁶.

Globo enfrentaría entonces, principalmente, a las redes Bandeirantes¹⁷, Manchete¹⁸, SBT¹⁹ y la cadena regional Record²⁰ de Sao Paulo. A los otros dos actores es imposible considerarlos competidores ya que una es la red regional RBS²¹ aliada a Globo y una red menor, de televisión educativa.

¹⁶ CAPPARELLI, S. y DOS SANTOS, S., “La televisión en Brasil”, Op. Cit.

¹⁷ Rede Bandeirantes nació a partir del canal 13 de Sao Paulo, en mayo de 1967 comenzando a formar una red nacional en 1975 y se destacará por cierta actitud políticamente crítica especialmente en sus informativos. Será incluso líder en la transmisión satelital en 1980.

¹⁸ Rede Manchete fue una cadena de televisión generalista de Brasil. El canal duró desde 1983 hasta 1999 y perteneció al editor de revistas Adolpho Bloch quien recibió parte de los canales que pertenecieron a TUPI. La cadena fue bautizada como la revista “Manchete”. Tuvo un éxito memorable en 1986 con la telenovela Pantanal pero sus fracasos comerciales no le dieron mucho tiempo de vida

¹⁹ SBT se funda en 1981, la cadena está formada también por las emisoras pertenecientes al empresario y presentador de televisión Silvio Santos junto a otras emisoras y retransmisoras afiliadas. Recibe de gobierno otros de los canales de TUPI al cierre de ella y se queda con buena parte de su personal, Hará una televisión más popular y en asociación con Televisa de México y estudios de Hollywood llegará a disputar con Globo en algunos momentos, para remitirse luego a un dudoso segundo puesto.

²⁰ Record comenzó sus emisiones el 27 de septiembre de 1953, fundador fue el empresario Paulo Machado de Carvalho para enfrentar al monopolio de TUPI. Crece en los 60 pero no puede ante Globo aunque sobrevive en un largo derrotero (50% lo compra Silvio Santos, luego dueño de SBT y al fin es vendida a Edir Macedo, líder de la Iglesia Universal del Reino de Dios). Se recupera no obstante en 1999 llegando al segundo puesto en audiencia y desde entonces disputa ese lugar.

²¹ Red Brasil Sud es fundada por Mauricio Sirtsy Sobrinho y Radio Gaúcha y luego de un proceso de expansión e incluso incursión en la prensa gráfica, se asocia en 1971 a la red Globo.

Pero Globo es el ganador de una carrera en la que el poder político de turno fue administrando a su favor la largada y la llegada... Por eso mismo su legitimidad y credibilidad iban en baja, a medida que el poder militar se iba desgastando.

Mientras la opinión pública se volvía muy desfavorable para Globo, su relación con el gobierno comenzaba a debilitarse en la medida que el régimen veía en ella un poder incontrolable y capaz de “darse vuelta” políticamente en cuanto eso prometiera algún beneficio. Poco a poco, la incondicionalidad de Globo iba cediendo para incorporar paulatinamente críticas más duras al gobierno militar, en la medida que esa era la tendencia dominante en la arena política nacional.

De hecho el cierre de los canales que Red Tupí disponía en ocho estados y la readjudicación de esas frecuencias puede interpretarse como parte de una estrategia del gobierno militar para fortalecer otros actores asegurándose así una “salida ordenada” y a buen resguardo, habida cuenta del clima que se vivía en Argentina donde la oposición pretendía juzgar a los gobiernos militares en retirada.

En un país que ni siquiera había gestado una TV pública y menos aun soñado una ley o un proyecto democrático de comunicación, no hubo demasiada presión sobre los posteriores gobiernos democráticos para que se democratizara la televisión. Menos aun en una transición que fue un paulatino ir aflojando los controles militares.

En ese contexto el primer presidente civil, Sarney, pese a haber anunciado que revisaría las licencias de radio y TV otorgadas por el último gobierno, optó por dejar todo tal cual e incluso durante

(...) el proceso de elaboración de la constitución de 1988, las licencias de radiodifusión se convirtieron en moneda política para la votación de la enmienda constitucional que concedería cinco años más de mandato al presidente (...) se regalaron concesiones de radio y televisión a 91 parlamentarios para que votaran a favor de la enmienda²²

Luego, durante Collor de Mello, las licencias estuvieron congeladas.

Nada obstaculizó allí el ascenso de las tendencias neoliberales de los ‘80 y ‘90 que tiene como consecuencias una fragmentación del control público, liberalización, privatizaciones, entrada de capital extranjero y una mayor concentración.

El desarrollo de O Globo fue continuo e incontrolable, al punto que su producción y exportación de contenidos que ya en la década precedente trascendía fronteras, llegó ser un fenómeno planetario,

²² CAPPARELLI, S. y DOS SANTOS, S., “La televisión en Brasil”, Op. Cit., pág. 83.

exportando sus telenovelas no sólo al resto del continente sino hasta Francia, Italia, China, y los países de Europa del Este incluida la URSS. Para 1985 Globo compra Telemontecarlo e intenta desembarcar directamente en Europa, pero la experiencia fue un fracaso en parte por el desconocimiento de las particularidades culturales del nuevo escenario donde siguió “como en casa” y en parte por la fuerte respuesta comercial de Berlusconi, el zar de la TV italiana, quien no estaba dispuesto a ceder el camino que lo llevara a ser el político más influyente de Italia.

MÉJICO

Méjico, en cambio, es un caso particular y nunca evidente respecto de las lógicas que marcaron el rumbo de su televisión y que también tiene que ver con la irrupción en lo político de sectores más progresistas o que, al menos su sentido práctico los impulsa en ese sentido.

El canal 11 del Politécnico fue la única televisión del Estado, hasta que por iniciativa del presidente Díaz Ordaz (1964-1970) se crea el canal 13, el segundo estatal, probablemente como espacio donde poder operar directamente sobre la opinión pública en el marco del adverso clima generado por la mascare de Tlatelolco.

A menos de dos años, asume el presidente Luis Echeverría (1970-1976), expresando una tendencia que pretende alguna distensión para recuperar parte de la legitimidad perdida. Mientras al interior del partido se agudizan los enfrentamientos con sectores más conservadores y poco dispuestos al clima “revolucionario” que va ganando al continente. Entre estos, sobresale un grupo de empresarios norteros conocidos como “El grupo Monterrey”²³.

Diversos factores convergen para atizar la tensión que de manera nada casual se corresponde con el fortalecimiento del canal 8 de TV de Monterrey y las maniobras encabezadas por el propio presidente, que culminan en la unión de ambos grupos lo que da nacimiento a la actual *Televisa*.

Contra la sentencia “divide y reinarás”, Méjico -que es decir el PRI- parecía seguir apostando a la existencia de un solo grupo empresario televisivo en estrecha relación política con ellos. Los gobiernos

(...) deben haber entendido desde el comienzo que no era conveniente políticamente patrocinar una televisión estatal o de partido y ejercer abiertamente censura con ella, si no encomendarla a ciertos

²³ OROZCO, G., *Historias de la televisión...*, Op. Cit., pág. 217.

personajes de la cúpula empresarial (...) sin embargo, para que la alianza funcionara, había que impedir que hubiera competencia porque de haberla, la tentación de no respetar la alianza se volvía una posibilidad muy real²⁴.

El PRI, en vez de tener una televisión estatal o partidista desde donde ejercer control político, había optado siempre por la vía más sutil de un grupo empresario afín. Así, la historia de la TV mejicana durante medio siglo es la historia del esfuerzo por evitar la competencia y evitar una legislación que marque límites desde afuera. De modo que la inusual existencia de dos cadenas de TV en México una privada y otra estatal con el canal 13 (recordemos que el 11 era de carácter educativo) se entiende como expresión de las tensiones al interior del partido; manifestación que se extendió hasta finales de la década:

Durante el sexenio (del presidente López Portillo 1976-1982) pudimos apreciar claramente en la pantalla dos perspectivas diferentes y aun opuestas, más que en los acontecimientos cotidianos domésticos, sobre algunos internacionales (...) era claramente perceptible la diferencia de enfoques (en) Televisa y Canal 13. En la primera dominaba el rechazo a los movimientos insurgentes revolucionarios como el sandinista en Nicaragua o el Farabundo Martí en el Salvador. En el canal 13 por el contrario el enfoque era a favor²⁵.

Conforme a esta mirada, no podríamos afirmar que en Méjico nazca una TV pública como resultado de presiones por la recuperación de un espacio público o como avances de movimientos antiimperialistas, como podríamos atribuir a Venezuela o Perú, e incluso en cierto modo a Argentina como se verá. Pero tampoco podríamos pensar el proceso como en Brasil donde la televisión no tuvo ninguna influencia de ese clima de época revolucionario que caracteriza a parte de los sesenta y setenta.

Es en el marco de esos procesos y del costo que la represión temprana que hubo en Méjico, que se genera una transformación en su espacio audiovisual. Pero insisto en eso sucede como manifestación de la disputa al interior del partido de gobierno, antes que como un cuestionamiento externo. Y la disputa partidaria en ningún momento alcanzó el carácter de una ruptura.

Esto permitiría afirmar que "(...) *al menos por cincuenta años ha habido una televisión privada-gobernista-priista*"²⁶. En coexistencia

²⁴ Ibidem, pág. 211

²⁵ Ibidem, pág. 219.

²⁶ Ibidem, pág. 211.

con canales públicos cuyo “*perfil ha sido más bien el de una televisión cultural-gobernista*”²⁷.

De todos modos, Méjico tendrá un importante sistema mixto de TV coexistiendo el modelo privado monopólico y el público, donde este último logrará a menudo alguna programación de calidad, pero que será siempre comprador de productos audiovisuales, y comprará a las productoras norteamericanas mucha más programación que Televisa. Lo que no es de extrañar dado que la empresa dirigida por los Azcárraga apostó fuertemente a la producción de telenovelas y al negocio de los derechos de transmisión de eventos, especialmente deportivos.

En esta década también se reglamenta la ley de radiotelevisión que había sido promulgada en los sesenta y que estaría en vigencia hasta 2006.

La otra gran característica a destacar de Méjico es que el repliegue no empieza, como en la mayoría de los países latinoamericanos, en los mismos setenta o principio de los ochenta sino más bien al final.

Para mediados de los ochenta, los canales regionales ya se quedarán sin apoyo del gobierno federal e irán corriendo distintas suertes pero avanzando siempre hacia su desaparición. Sin embargo, al mismo tiempo, se crea también dos nuevos canales públicos, el canal 7 con una señal defectuosa y que en poco tiempo terminará retransmitiendo al 13, y el canal 22 en UHF.

En la misma época Méjico lanza su satélite Morelos I y en 1983 bajo el gobierno de Miguel de la Madrid se crea el *Instituto Mexicano de la Televisión*, conocido también como *Imevisión*, que fue el organismo estatal encargado de operar las estaciones de televisión propiedad del gobierno federal. Estas incluyeron los canales 7, 13 con 90 y 78 estaciones respectivamente, el 22 en la Ciudad de Méjico, además de dos canales de Chihuahua y Monterrey.

Si los ideales de un nuevo orden de la información y la comunicación en Méjico no alcanzaron para fracturar los acuerdos que al respecto sostuvo el PRI durante setenta años en el gobierno, parecen al menos lo suficientemente fuertes como para que se sostuviera una TV pública importante, mientras que en el resto del continente languidecía.

México fue quizás el único país latinoamericano que tuvo una televisión experimental durante años, una poderosa televisión privada y una TV pública que, aunque jamás logró ser una opción ante

²⁷ Ibidem, pág.211.

Televisa, fue no obstante la más lograda entre las cuatro grandes televisiones del continente.

La fuerza no alcanzará sin embargo para resistir al aluvión privatista y extranjerizante que arrasó al continente (y a casi todo el plantea) en los '90. No alcanzó para hacer frente a los mandatos del FMI y del Banco Mundial y, por lo tanto, no alcanzó para mantener la tensión dentro del PRI. Es entonces cuando nace "TV Azteca" como parte de la resolución de las internas del PRI. Volveré sobre este "nacimiento" al abordar la próxima década.

Los años setenta fueron intensos y estremecedores para la política y el pensamiento social latinoamericano, cuando por fin, el trabajo de casi veinte años de destacados intelectuales del continente, parece venir a torcer el rumbo tradicional de lo hechos.

En las luchas por el poder de nombrar -que es decir de dar existencia socialmente legítima a las ideas y las prácticas- sólo excepcionalmente logran imponerse aquellos que no tienen una posición dominante en el campo económico (ni representan a quienes la tienen). Los setenta constituye uno de esos extraños momentos cuando lograron tener voz aquellos que se juegan la posibilidad de hacer valer sus recursos, por sobre los recursos habitualmente ganadores.

Desde luego, estas ideas que tienden a imponerse como dominantes no son el resultado de mentes brillantes, sino que se nutren de las luchas a las cuales nutren. Los movimientos sociales de todo el mundo durante los sesenta y setenta tuvieron la energía suficiente para cuestionar un orden naturalizado, cuando diversos factores convergían a la crisis de ese orden. (especialmente la crisis del petróleo y los desastrosos políticos de los Estados Unidos).

Fue en ese marco que los medios y en particular la TV fueron dejando de ser concebidos como instrumentos para la educación del pueblo y pasaron a verse como herramientas políticas. Instrumentos de dominación que, recuperados por el pueblo, devendrían libertarios.

Es en ese clima de opinión dominante que se entiende la proliferación de intentos por sustraer la herramienta mediática a los capitales privados así como por regular su funcionamiento con un criterio más participativo y nacional.

Pero esta "liberación" alcanzada en las luchas simbólicas no bastó para hacer frente al reflujo de los años ochenta y en poco tiempo el panorama cambió abruptamente. Los años siguientes fueron de reconversión del capital y del modo de organizar el trabajo. El desarrollo de nuevas tecnologías, la expansión financiera, el paso de un modo fordis-

ta a la producción flexible y un sin fin de factores “volvieron las cosas a su lugar”.

Más aún, el nuevo orden mundial que despuntaba y sus flamantes tecnologías, lejos de perder en el camino a los medios de difusión, los pondrían en un lugar social y económico novedoso.

Lejos de ser nacionalizados -o luego de haberlos nacionalizado sin éxito alguno- no sólo quedaron en manos privadas sino que vieron volver al capital extranjero que a principios de los setenta pareció batirse en retirada.

Los '90

UNA NUEVA ERA PARA LOS BIENES SIMBÓLICOS

La bisagra histórica deriva en un fenómeno que empieza definirse con relativa claridad en el paso de los años '80 a los '90, cuando las industrias culturales se presentan como una de las ramas capaces de operar como vectores de desarrollo del nuevo factor clave, la microelectrónica, en el marco de una nueva fase de expansión capitalista.

En el marco de esa transformación el audiovisual -y por lo tanto su forma más difundida, la televisión- tendrán un lugar importante, junto a otras industrias que estarían abriendo las puertas de un nuevo ciclo Kondratiev con importantes cambios en las formas de organización social, sin que eso parezca indicar, al menos en lo inmediato, un cuestionamiento a los fundamentos capitalistas.

Se trata de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que pueden ser pensadas como innovaciones llamadas a alentar un nuevo ciclo largo del capitalismo, luego de una crisis de acumulación que en la década de los setenta pone fin al más deslumbrante crecimiento originado en las políticas keynesianas y la postguerra¹.

Los ciclos largos de la economía capitalista son señalados alrededor de 1920 por el economista ruso Kondrátiev quien, estadísticamente observa este proceso cíclico al que niega cualquier carácter fortuito ya que sus causas serían inherentes a este modo de producción.

La idea central, que en este sentido coincide con la de Schumpeter, es que en el capitalismo existen ciclos adonde se alterna crecimiento

¹ KATS, C., "Mito y realidad..."; Op. Cit., PÉREZ, C., *Cambio estructural y asimilación de nuevas tecnologías en el sistema económico social*, 1996, [en línea], dirección URL: http://www.carlotaperez.org/Articulos/Futures_1983_cast.pdf [consulta realizada el 3 de marzo de 2007]. SAFAR, E., *Crisis estructural...*, Op. Cit. BRAUMANN, P., "Tecnología, economía y globalización", en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (editores), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999; BOLAÑO, C., "La problemática de la convergencia informática-telecomunicaciones-audiovisual: un abordaje marxista", en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (ed.), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999.

y retracción asociados a un *patrón tecnológico* que en su agotamiento abre el hemiciclo descendente que deviene siempre una crisis estructural a partir de la cual recomienza el proceso, para restablecer la armonía dinámica.

Pero existen diferencias relevantes entre las perspectivas de ambos autores ya que, mientras para Schumpeter el proceso se desarrolla dentro de la esfera económica concebida como un organismo autorregulado, Kondrátiev ve a las ondas largas como manifestación económica de una crisis de articulación en el conjunto de las esferas del sistema social.

Se trata de una crisis estructural en tanto excede el marco económico para establecer un desajuste en el conjunto de las esferas del sistema, poniendo en juego la complementariedad entre lo económico y todo el marco socio-institucional². Lo que entra en crisis es el *modo de crecimiento* vigente, desarrollado a partir de un *patrón tecno-económico*. Modo de crecimiento que debemos entender aquí como una especie de precedente, de paradigma, de supuestos, de sentido común, acerca de la organización más eficiente de la producción y la reproducción social.

El modo de crecimiento y el patrón armonizan hasta que en el punto más alto de la onda de Kondrátiev se va percibiendo el límite de la posibilidad de ese patrón tecnológico para seguir elevando la productividad del trabajo y con ella las ganancias. Allí comienza a manifestarse una crisis estructural.

La percepción de agotamiento del patrón, que se expresa en la preocupante caída de la tasa de ganancia, impulsará a una ferviente búsqueda de innovaciones que una vez incorporadas a la producción, permitan recuperar la productividad perdida³.

Comienza entonces una búsqueda de nuevos procedimientos e inventos que una vez hallados devienen innovaciones al penetrar la esfera de la producción, generando rentas extraordinarias para quienes inicialmente detentan su monopolio⁴.

De allí en más, mientras se mantengan estables los costos relativos de los distintos factores de la producción, más y más ramas tenderán a aplicar el flamante patrón. Así, su generalización transforma la organización de la producción social y con ella el de su reproducción de conjunto, estableciendo un conflicto con el sistema socio-institucional vigente. Por eso, su consolidación será lenta y dificultosa.

² PÉREZ, C., *Cambio estructural...*, Op. Cit.

³ Pérez considera no obstante que el intento por recuperar la tasa de ganancia puede orientarse inicialmente hacia vías menos riesgosas como las grandes fusiones empresarias, estrategias especulativas y otras aun menos ortodoxas.

⁴ BRAUMANN, P., "Tecnología, economía..."; Op. Cit.

La nueva dinámica introducida en el sistema tiene un efecto de creciente perturbación en la evolución esperada de la mayoría de los mercados, transformando gradualmente el tejido social y haciendo cada vez más contraproducentes los mecanismos institucionales, los cuales tienen un alto grado de inercia, fortalecida por los éxitos anteriores⁵

Es como si el tipo ideal de organización del trabajo y las relaciones sociales, consagrado en la práctica hasta ese momento y generalmente naturalizado, “de pronto comenzara a fallar” y, por el carácter estructural de la crisis, la salida no sucede con el mero recambio del patrón tecno-productivo, sino con el logro de *un nuevo equilibrio socio-económico e institucional*.

Mientras tanto, en la esfera económica, se percibe un salto positivo en la productividad, a partir de una revolución tecnológica marcada por la irrupción, en la estructura general de costos, de un “*factor clave*”. Un insumo que, aun habiendo podido existir desde antes, encuentra ahora un espacio de aplicación disruptivo, transformando la estructura general de costos e imponiendo nuevos horizontes a los técnicos y niveles gerenciales.

Cuatro características identifican a al factor clave:

§ Un costo relativo bajo y descendente.

§ Un suministro casi ilimitado.

§ Un amplio espectro potencial de aplicación.

§ Capacidad para reducir los costos del capital, el trabajo y los productos transformándolos también cualitativamente⁶.

En términos de Pérez, “*actualmente ese papel le corresponde a la microelectrónica barata, en un camino hacia la quinta fase ascendente*”⁷, generándose así un nuevo patrón tecnológico, un redireccionamiento de la inversión y una redefinición de la importancia relativa de las distintas ramas de la producción.

Así se espera ver emerger a las llamadas *ramas vectoras* que, haciendo un uso intensivo del factor clave, son las más adecuadas para la nueva organización de la producción. Junto a ellas conviven las *ramas motrices* que son las productoras del factor clave y otros insumos direc-

⁵ PÉREZ, C., *Cambio estructural...*, Op. Cit., pág. 3.

⁶ Todos los discursos sobre la realidad virtual y especialmente las teorías sobre una nueva forma de trabajo inmaterial (Negri y Lazzaratto) parecen coincidentes con estos cambios cualitativos.

⁷ PÉREZ, C., *Cambio estructural...*, Op. Cit., pág. 5.

tamente vinculado con él y las *ramas inducidas* por las ramas vectoras y que tendrán un desarrollo tardío respecto de aquellas.

(...) el crecimiento complementario de las ramas vectoras y motrices es el motor que impulsa la economía y (...) tenderán a concentrarse cada vez en manos de las empresas más poderosas del período⁸.

Se impone pensar aquí el impresionante desarrollo de la microelectrónica y la producción de equipamientos de todo tipo, pero especialmente al aceleradísimo desarrollo de la informática y las telecomunicaciones aplicadas al desarrollo de las industrias culturales en particular, y en general al stock, procesamiento y circulación de todo tipo de datos.

El nuevo paradigma tecnoeconómico trae aparejados procesos de transformación en la estructura ocupacional (en nuestro caso paso del taylorismo propio de la producción masiva en serie, al Toyotismo como modelo de una producción flexible). Así se verifican transformaciones en la distribución del ingreso, el perfil de la demanda y en la distribución espacial de la producción tanto en el orden nacional como internacional.

Es evidente el alto costo social que significa la adaptación a un nuevo paradigma para todas las sociedades, pero especialmente para las de la periferia, donde debido a su heterogeneidad estructural se debate entre la crisis del sistema-mundo y la suya propia ya que las crisis *“son al mismo tiempo los mecanismos que utiliza el propio sistema a fin de asegurar su sobrevivencia”*⁹.

Pero insisto en que el carácter traumático no es privativo de la periferia y existe un consenso generalizado acerca de la existencia de una prolongada crisis estructural que afecta a la economía mundo como fue antaño, por ejemplo, la correspondiente a la prolongada fase creciente que tiene por factor clave al petróleo como fuente de energía barata y un modo de organización del trabajo reconocido como Taylorista-fordista, cuyo emblema es la línea de montaje y en referencia al cual se generaron fuertes cambios en la distribución del ingreso y el perfil de la demanda; así como transformaciones socioinstitucionales que significaron la expansión del papel del Estado en la vida económica y los enfoques keynesianos¹⁰.

⁸ Ibidem, pág. 6.

⁹ SAFAR, E., *Crisis estructural...*, Op. Cit., pág. 7.

¹⁰ Safar señala que *“el Modelo de crecimiento en crisis, cuyo factor clave ha sido precisamente el petróleo, se construyó sobre la producción y el consumo masivo de bienes a través del proceso de producción taylorista”* destacando el papel del Estado nacional *“en la regulación de las relaciones estado-sociedad-mercado, así como en el contexto*

Frente a los cambios en la organización del trabajo para este nuevo ciclo al que asistimos, la complejidad del caso nos exime de mayores precisiones. Pero me atrevo a insistir en el paso del Taylorismo al Toyotismo, con la consecuente proliferación de trabajadores que mediante el manejo de la información en tiempo real, monitorean y toman decisiones estratégicas en torno a complejos procedimientos; del mismo modo que el desarrollo de sofisticados softwares y sus interfases, potencian la productividad permitiendo que pocos operarios tomen decisiones y guíen multiplicidad de procesos de elaboración, control y de administración de stocks, incluso en simultáneo.

Entre los autores que citamos parece haber consenso en considerar al actual momento histórico como una posible situación de transición entre el cuarto Kondrátiev y un nuevo ciclo largo cuyo *factor clave* sería la microelectrónica y las ramas de la infocomunicación serían las industrias vectoras. Es decir, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que, por otro lado, hacen posible una producción a escala industrial y la circulación planetaria de bienes simbólicos entre los que, los productos audiovisuales ocupan un lugar relevante, no sólo en el orden de la difusión televisiva sino también para la circulación en internet. Dicho esto sin omitir que también posibilitan el “*desarrollo de aparatos que potencian el uso económico de la información mediante la retroalimentación de los datos utilizados en la actividad laboral*”¹¹.

En pocas palabras, el lugar dejado por el petróleo como factor clave del cuarto Kondrátiev estaría siendo ocupado por la microelectrónica y un indicio alentador para esta perspectiva es que, según Claudio Katz la rama de “Hi Tech” en Estados Unidos durante los ‘90 llegó a ser el segundo negocio después del petróleo y que la economía de internet creció en ese país al 174% anual entre 1995 y 1999¹².

Según este autor habría incluso claras analogías entre el comportamiento de la rama vectora de este ciclo y las precedentes, entre las que cabe rescatar:

1. LA CAÍDA DE LOS PRECIOS en los sectores vinculados a la innovación como las PC’s, sucedieron también en el pasado con el marcado abaratamiento del transporte ferroviario (entre 1850 y 1900 por el uso del carbón) y el de los automóviles (entre 1900 y 1929 con el desarrollo del petróleo)

internacional” y el de la educación y cultura de masas “como pilares en la instauración de un modelo democrático”. SAFAR, E., Crisis estructural..., Op. Cit., pág. 8.

¹¹ KATZ, C., “Mito y realidad...”, Op. Cit. No se ignora aquí el uso de la microelectrónica en otras ramas muy dinámicas como las de la biotecnologías por ejemplo.

¹² Ibidem.

2. LOS VAIVENES BURSÁTILES ya que la burbuja financiera ligada a las “punto-com” (2001) evocan el crecimiento de los papeles ferroviarios que colapsaron en 1837 y el boom de Wall Street impulsado por el auge de la electricidad y el motor a explosión que concluyó en el Crack del 29.

3. LA INTENSIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA económica y jurídica entre empresas especialmente en las fases de innovación cuando no logran controlar, patentar y monopolizar las innovaciones aun diseminadas. (Al respecto Claudio Katz propone una analogía entre Thomas Edison y Bill Gates)¹³.

4. LA CIRCULACIÓN MERCANTIL Y LAS COMUNICACIONES HUMANAS experimentan un notable aumento también con la irrupción del carbón y el petróleo (tren y automóvil respectivamente).

De todos modos, conviene no ignorar que estamos ante un debate que dista mucho de clausurarse y que es lo suficientemente novedoso como para justificar ser precavidos ante cualquier afirmación temeraria.

Aún cuando las visiones más aventuradas quisieran ver en esta, una fase que haría estallar contradicciones estructurales y potencialmente revolucionarias, nada hace evidente aun en todo caso que las industrias culturales trajeran aparejada una tensión irresoluble para las relaciones de producción capitalistas.

Y la precaución vale también y especialmente para quienes imaginan una nueva época inmaterial donde los flujos de comunicación vendrían a pagar la deuda de igualdad, libertad y fraternidad que la Modernidad mantiene con la historia.

Más allá de la TV

En ese contexto, la década de los ‘90 fue aquella en la que, a nivel planetario, maduran las condiciones para el desarrollo de la televisión de pago; fenómeno que, desde luego, tiene lugar en los países y regiones capaces de ofrecer una demanda económicamente solvente. Pero la expresión no debe llamar a equívocos ya que no se trata sólo de reunir consumidores capaces de pagar quince o veinte dólares al mes por unas señales de TV.

¹³ Ibidem.

Lo que sucede es que tecnológicamente, con la digitalización de las comunicaciones, empieza a visualizarse un rápido proceso de “convergencia” entre la telefonía, el audiovisual y la informática, en el que los límites entre estas tres actividades, otrora bien definidas, se vuelven difusos.

Internet es un servicio que puede brindarse indistintamente a través de los cables telefónicos, como de los sistemas televisivos por cable, o por vías satelital de manera directa al hogar o a dispositivos móviles. Un servicio que rápidamente se muestra como soporte adecuado para la difusión de todo tipo de información audiovisual. Incluso el cine (que digitalizándose transforma su modo de producción y distribución tendiendo a fusionarse con la TV y el DVD).

¿Viene Internet a desplazar a la telefonía? Se preguntan preocupados los operadores telefónicos y con la esperanza de ser ellos quienes se apropien de la Internet para poner en circulación no sólo la voz humana sino ya toda la información reductible a bits. Pero mientras tanto, los teledifusores observan sus redes y sus vías satelitales como el espacio naturalmente llamado a absorber la telefonía y la Internet.

En realidad, más que difusos los límites se borran y todos comienzan a hablar de ese nuevo dispositivo doméstico de llegada inminente, que según el cristal con que se lo mira, pasa a ser descripto como un televisor con teclado micrófono y auriculares; como un teléfono con pantalla; o como una computadora on line, bastante sofisticada.

Mientras más rápidamente se borran los límites entre la telefonía la informática y el audiovisual, con más desesperación tratan de dibujar los interesados a fuerza de lobbys y chicanas legales.

Como suele suceder, los empresarios amenazados o entusiasmados por la novedad fueron los primeros en abrir sus apuestas y sus paraguas, ante el “triple play”, que es como ha dado en llamarse esta convergencia de la telefonía, Internet y TV en una sola prestación por un *único* cable, o por una sola señal, ya que los desarrollos tecnológicos posteriores permitirían también generalizar la prestación por vía inalámbrica y telefonía móvil, ampliando el espectro de posibilidades de emisión recepción al *videostreaming*, que es el visionado en la pantalla del celular al mismo tiempo que la estación de TV lo emite, o el streaming que es el visionado diferido a pedido del usuario, e incluso una variante de este modo, que permite almacenar el contenido en la memoria del dispositivo móvil para verlo en cualquier momento.

Los cambios y los enormes requerimientos de inversión no afectan sólo a los fabricantes de las ramas de la electrónica. Esto abre un horizonte especialmente novedoso a los productores y programadores de contenidos, exigidos, entre otras cosas, a adecuarse a un nuevo cliente

“en tránsito”. Ya se están desarrollando formatos tales como series ficcionales en capítulos de cinco o seis minutos para acompañar el viaje en subterráneo por ejemplo y tendrá lugar una proliferación de *flashes* informativos y el suministro de informes conforme a demandas específicas de abonados, que va transformando la histórica oferta de noticieros en dos o tres ediciones diarias e incluso la del diario a cuya periodicidad debe su nombre pese a que hoy va actualizando sus contenidos on line con frecuencia creciente.

Todo esto tiene su origen en la digitalización y formas de comprensión que además transforman a la tele tradicional (hertziana) ya que permite multiplicar la cantidad de señales, o aumentar la calidad de imagen (resolución), o armonizar ambas ventajas según se prefiera, debido a que la televisión digital por onda hertziana utiliza un menor ancho de banda por canal que la TV analógica, “desocupando” así casi el 80% del disputadísimo espectro de radiofrecuencia. Espacio libre que, obviamente, será campo de batalla entre aspirantes y viejos actores que preferirían multiplicar su oferta dejando fuera del juego a los aspirantes.

Es importante decir, sin embargo, que junto al multimillonario negocio, las novedades tecnológicas dan lugar también a una práctica *amateur* y en algunos casos de resistencia contra hegemónica, gracias al abaratamiento de la electrónica y una enorme facilidad de difusión por vía de Internet y redes inalámbricas urbanas de pequeña cobertura. Esto ha dado lugar a contenidos “under” y de neto corte militante como sucedió décadas atrás con la proliferación de las radios de FM. Incluso existen grupos que recrean éxitos de la vieja televisión como por ejemplo los fans de “Viaje a las estrellas” (Star trek), que han vuelto a producir la serie, con actores más o menos amateurs y continúan la zaga ofreciendo nuevos capítulos que poco difieren con la serie original.

Sin embargo, estas pintorescas presencias disruptivas son algo menos que marginales en un nuevo mercado que mueve multimillonarias inversiones y riesgos y ganancias en idéntica escala.

Fusiones, asociaciones y todo género de alianzas entre las grandes corporaciones internacionales, han marcado a fuego, al menos por el momento, las relaciones de propiedad y de poder a escala mundial, con incidencia directa en las industrias locales, el control de los mercados, el empleo, las tecnologías de producción y comercialización, y el diseño de la programación y los contenidos producidos¹⁴.

¹⁴ GETINO, O., “Las industrias culturales: entre el proteccionismo y la autosuficiencia”, *Pensar Iberoamérica, Revista de cultura*, N° 4 Junio-Septiembre, <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric04a05.htm>

Así va tornándose cada vez más difícil hablar de “la televisión” en sentido clásico, frente a un desarrollo tecnológico que la transforma en cuanto a su modo de producción, como a su modo de programación y el de difusión; pero también y muy especialmente en el modo de financiamiento ya que, de la vieja opción entre financiación indirecta (publicitaria) o directa (por pago del usuario o subvención del estado), se ha pasado a formas múltiples donde coexiste la publicidad, con el abono por servicio estándar, al que se suman servicios premium, más el pago de contenidos por encargo (VOD), más la proliferación del fabuloso negocio de compras y reventa de derechos (especialmente en la televisión de eventos y entre los cuales los deportivos marchan en primera línea). A eso debe agregarse que este medio funciona también como ventana de exhibición de otras industrias, especialmente el cine pero también la discográfica (videoclips) y como instancia de producción para el video hogareño y crecientemente para internet. Por último, a veces esta nueva televisión ni siquiera produce audiovisuales y se limita a vender “formatos”: es el caso cuando una empresa dueña de un producto exitoso, vende los derechos para rehacerlo en otros países con actores y elementos locales (Gran Hermano, CQC, La Niñera, por sólo mencionar algunos).

Pero las transformaciones del mercado, por el desarrollo tecnológico no totalizan la explicación del cambio y debe incorporarse también en la ecuación la dimensión política que se vincula dialécticamente con lo económico. Las transformaciones del mercado son condición de posibilidad y resultado al mismo tiempo del “*triunfo de los intereses privados, sobre los gobiernos y el interés público*”¹⁵.

La década en cuestión abre un panorama impensado hasta hace poco para el negocio audiovisual, reservado para mega-inversores, es decir, al capital trasnacional más concentrado, lo que supone crecientes alianzas entre los sectores más dinámicos de la comunicación con el capital financiero. Desde los años ‘90 todas las industrias del entretenimiento de cierta envergadura cuentan con fondos de inversión entre sus accionistas.

Así, cuando la década de los ‘90 finalizaba, la comunicación ya era otra cosa y los holdings de la industria cultural tenían en sus manos lo que diez años antes se reclamaba como propiedad ciudadana.

Los números correspondientes a la facturación de los principales grupos ligados a las nuevas tecnologías de la información y la comu-

¹⁵ GALPERIN, H., “La reforma en la regulación de las industrias televisivas de Brasil y de la Argentina en los 90”, en ALBORNOZ, L., (Coord), *Al fin solos*, La Crujía, Buenos Aires, 2000, pág. 157

nicación y las industrias culturales al terminar el siglo ya permitían comprender que no había nada personal contra tal intento democratizador que llegó hasta los albores de los '80. Simplemente, “*bussines are bussines*”.

Para la UNESCO, las cifras del año 2000 en el sector de las industrias culturales indicaban que éste era uno de los de mayor crecimiento a escala mundial, estimándose que su facturación habría alcanzado en dicho período la suma de 831.000 millones de dólares...¹⁶.

Al terminar el siglo, una decena de mega grupos controlan los medios de prensa, la radio, el audiovisual y la industria del entretenimiento en casi todo el planeta y América Latina no es la excepción. Aquí operan por su cuenta o en alianzas multiformes con grupos locales que poseen o controlan importantes capitales económicos y/o políticos.

Megacorporaciones que juegan “a dos puntas” en el proceso de reproducción social, al poner a circular e incrementar la riqueza material, al mismo tiempo que operan una parte nada desdeñable de los sentidos que se ponen en juego, en las disputas por definir la verdad del mundo social.

Su difícilmente equiparable poder simbólico hace de estos “acorazados económico-discursivos”, agentes colectivos privilegiados que en su labor cotidiana van definiendo lo que es posible y lo imposible, lo decible y lo indecible, lo genuino y lo falaz. Siempre bajo las imposiciones que, bajo la forma de estrategias, surgen de la propia posición que ocupan en el campo empresario mundial, como por el que ocupan en el campo profesional los grupos e individuos que, a su interior, están autorizados para erigirse como sujetos de la enunciación o para supervisarla.

Todo esto desde luego gravita en el modo que el resto de los mortales se socializan, (ingresan y se mantienen en ese universo de supuestos compartidos llamado cultura) en los modos de asumir sus respectivas posiciones en el espacio social y las estrategias que definen para su reproducción en la dialéctica cotidiana de la adecuación y el cambio, la aceptación y la resistencia.

Y probablemente, la creciente centralidad que en el debate intelectual cobra la dialéctica ente lo local y lo global, no sea ajena a esta dialéctica entre lo económico y lo cultural. Un problema que, con menos teoría y más sentido práctico, es tomado por los “managers” de las industrias culturales y resuelto en un juego de alianzas entre las grandes

¹⁶ GETINO, O., “Cultura, economía e industrias culturales”, 2008, *Transatlántico*, [en línea], dirección URL: <http://www.ccpe.org.ar/transatlantico/03/cultura-economia-e-industrias-culturales.htm> [consulta realizada en noviembre de 2009].

corporaciones internacionales y grupos locales, donde estos últimos, lejos de ser aniquilados, terminan incorporados al negocio operando y produciendo con las formas más propias de lo aborígen, y por lo tanto más familiares y adecuadas a sus mercados específicos. Prueba de esto podría ser la venta de formatos a la que recién refería, tanto como el creciente papel de las producciones locales de ficción televisiva que, hasta hace pocos años se importaban casi en su totalidad, a excepción de las telenovelas y algunos unitarios. Bustamante señala “*el éxito y la consolidación de las industrias nacionales en muchos países (...) especialmente (produciendo) ficción, rentable por primera vez*”¹⁷.

Este cambio notable en las relaciones simbólicas no debería inducirnos a omitir su dimensión económica, es decir la lógica del capital operando en la constitución del sentido como una mercancía. Lo que es, a mi juicio, uno de los rasgos distintivos de las últimas décadas.

BRASIL

Sostenida durante casi dos décadas por el gobierno, dueña de una notable capacidad de retirarse a tiempo cuando el gobierno se tambalea, y además, de una capacidad aun mayor para descubrir rápidamente los valores de la democracia, Globo pudo acceder y conservar desde siempre el primer puesto en la televisión brasilera y luego, según declaraciones empresarias, el primero de toda la televisión iberoamericana.

Fue de nacimiento, el modelo televisivo latinoamericano más próximo al modelo que habría de imponerse al terminar el siglo; por lo tanto, no es de sorprender que no encontremos allí grandes fracturas en las últimas décadas. Al contrario, se debería decir que la TV de Brasil y en particular Globo, siguieron su curso tranquilamente, por una senda conocida y largamente transitada.

La TV brasilera fue de clara tendencia oligopólica y muy regulada por el Estado, especialmente mediante una concesión de señales “por cuantagotas”. Concesión que además no se hizo nunca casualmente

Dado que las listas de los propietarios de los canales se hacen públicas haciendo constar únicamente los nombres de las empresas o entidades (...) se trata de una de las mayores cajas negras del país (pero) de las 248 concesiones de productoras de TV, (en 1996) 128 están controladas por políticos en ejercicio de un mandato.¹⁸

¹⁷ BUSTAMANTE, E., “Globalización de procesos muy nacionales”, en AAVV, *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*, Gedisa, Barcelona, 2003, pág. 170.

¹⁸ CAPPARELLI, S. y DOS SANTOS, S., “La televisión en Brasil”, Op. Cit., pág. 85.

Según el autor, la proporción se dispararía si se contemplaran los políticos que no estaban ocupando un cargo en el momento del relevamiento.

Así como las licencias fueron el precio de la enmienda constitucional para reelegir a Sarney, las repetidoras serían el objeto de negociación durante la enmienda constitucional de 1997 que permitiría la postulación de Cardozo para su reelección¹⁹.

De hecho ese mismo año se sanciona la nueva ley de telecomunicaciones que incluye a todos los servicios audiovisuales así como las telecomunicaciones. Pero casualmente “*la televisión abierta es excluida de su rango de aplicación quedando bajo el antiguo Código Brasileño de Telecomunicaciones de 1962*”²⁰.

De modo que la nueva ley no sólo no tocaba a la TV tradicional sino sólo a los novedosos emprendimientos de TV paga (cable y satélite); claro que luego de que *O Globo* había comprado ya una gran parte de los pequeños canales pioneros (algo similar se verá cuando analicemos el caso argentino).

En muchos sentidos, esta ley posibilitó un debate y tuvo logros francamente novedosos en el campo brasileño de las telecomunicaciones. Aceptando la propiedad privada de las redes, reconoció el carácter público del servicio reservando en ellas espacios para instituciones educativas y legislativas y para uso eventual de la sociedad civil u otras organizaciones ajenas al operador. E incluso concibió el carácter público de su control aunque esto sólo quedó en la letra²¹.

Del mismo modo, el novedoso protagonismo que esta ley confirió inicialmente a la sociedad, prácticamente había desaparecido para fines de la década.

Globo entró en el negocio de la TV paga en sociedad con *Televisa* (Méjico) y *News Corporation*²² participando de la empresa *Sky Latin America* de televisión digital directa al hogar por satélite.

¹⁹ Ibidem.

²⁰ GALPERIN, H., “La reforma en la regulación...”, Op. Cit., pág. 166.

²¹ RAMOS MURILO, C., “Televisión por cable en Brasil: desestatización, reprivatización y control público”, en ALBORNOZ, L. (coord), *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur*, Ciccus La Crujia, Buenos Aires, 2000.

²² Empresa del magnate Rupert Murdoch propietario de la cadena Fox de USA, 20th Century Fox, National Geographic Channel, Socio de BSKyB, Sky y Direc TV, estaciones de TV cable y abierta en EEUU, Europa y Australia. En la prensa es propietario de Sun, Sunday Times y The Times en Gran Bretaña entre otros, como así también de The New York Post en USA y más de 20 diarios en Australia.

La competencia internamente la asumió editorial Abril²³, que hasta entonces no había obtenido licencias de televisión. Cuando por fin ingresó al negocio lo hizo en sociedad con la network norteamericana ABC (de Disney) y El Chasse Manhattan Bank entre otros.

Con Globo en Sky, editorial Abril pasa estratégicamente a formar parte de la competencia en TV satelital; así se suma a Galaxy Latin America prestadora del servicio de DirecTV aportando el 10% del capital. El resto se reparte entre Hughes Communication²⁴ (60%), Organización Cisneros de Venezuela (20%) y el 10% que resta es de Multivisión de Méjico quien competía allá con Televisa, tal como ahora lo hace aquí.

En la TV por cable (también un desarrollo de la década) compiten Globo, Abril y Multicanal.

Hoy Globo controla alrededor del 70% de la TV de cable de Brasil y desde luego, no se limita a eso su fortaleza. Según la web de la Fundación Príncipe de Asturias,

Forman parte de las Organizaciones Globo las siguientes empresas: el diario "O Globo"; el Sistema Globo de Radio, formado por 35 emisoras que cubren la totalidad del territorio brasileño; la editorial "Río Gráfico"; la Sigla-Sistema Globo de Grabaciones Audiovisuales; la Globotec, Producción y Tecnología de Videocassettes Comerciales; el Video-Sistema Globo de Videocomunicaciones; y la Red Globo de Televisión, cuyas emisiones dieron comienzo en 1969 y que está actualmente constituida por 9 canales propios y 66 estaciones transmisoras afiliadas por todo el país. Es, con mucho, la de mayor audiencia en Brasil. El diario "O Globo" tiene una tirada de 300.000 ejemplares los días laborables y de más de 400.000 los domingos, constituyendo el diario de mayor circulación por el territorio de Brasil²⁵.

La producción audiovisual de Globo es por todos conocida, ha desarrollado en el género telenovela piezas de enorme calidad que constituyen verdaderas superproducciones con las que gana espacio en el mercado mundial.

²³ Abril es un oligopolio al que el gobierno militar había excluido del reparto de los restos de la red TUPI, probablemente por temor a una cadena televisiva, que al mismo tiempo fuera el principal grupo nacional en el sector de las revistas, y con quien hubo reiteradas tensiones por la censura.

²⁴ Hughes Com es, según su sitio oficial en Internet, "líder mundial en servicio satelital de banda ancha y servicios para grandes empresas, gobiernos y consumidores en general. Su sede principal está en Washington DC y oficinas en Brasil, México y la región andina, además de Europa, India, Indonesia, Moscú y países de África".

²⁵ <http://www.fundacionprincipedeasturias.org/esp/04/premiados/trayectorias/trayectoria292.html> descargado 16-2-09

VENEZUELA

Venezuela muestra un fuerte desarrollo de las televisiones regionales desde el comienzo de la década y hasta mediados de ella. Y surgen también nuevos servicios de cable y señales de UHF.

Mientras que, a partir de los últimos días de 1998, la televisión oficial queda reducida a VTV canal 8 (la que el Estado había tomado a su cargo luego de su fracaso como canal privado a mediados de los sesenta). En cambio, el pionero canal 5 estatal, que dio origen a la televisión en el país, fue cedido a una fundación de la iglesia católica que haciendo de ella un canal cultural, pasó a ser sostenida económicamente por las televisiones comerciales, lo que puede ser un indicio de su marginalidad en cuanto a reparto de la audiencia.

En cuanto a la legislación, la de 1941 siguió siendo objeto de decretos complementarios hasta terminar el siglo. El crecimiento de la televisión privada fue desmesurado especialmente en la producción e incorporación de nuevos servicios de pago, en lo que el grupo Cisneros supo manejarse con la mejor performance hasta convertirse en uno de los grandes del continente.

Sólo a vuelo de pájaro mencionaré algunos de los desarrollos más relevantes que figuran en la página oficial del grupo: En 1990 Organización Diego Cisneros (ODC) entra al negocio informático fundando Sistemas Teracom C.A., representante exclusivo en Venezuela de Stratus Computer y Fujitsu Ltd., como parte de su División de Sistemas de Computación y Telecomunicaciones.

En 1992 adquiere una parte del paquete accionario de Univision Communications Inc., la empresa de medios en español en los Estados Unidos (programas de televisión, radio, música y operaciones de Internet). Ese mismo año Chilevisión, red de televisión privada en Chile, pasa a formar parte de la ODC.

En 1993 lanza a Americatel, un servicio de interconexión troncal de comunicaciones digitales en Venezuela y al año siguiente Caribbean Communications Network Ltd. ("CCN"), una empresa líder de medios de comunicación, con sede en Trinidad y Tobago.

Para 1996 se constituye Cisneros Television Group, empresa de la Organización Cisneros, para crear canales de televisión pagada (por cable) para distribución internacional y en el mismo año casi simultáneamente, en sociedad con Hughes Electronics Corporation lanzan a Galaxy Latinoamérica, la cual se convierte posteriormente en DirecTV Latino América, el primer servicio de televisión por satélite directo al hogar y totalmente digital para Latinoamérica y el Caribe.

En 1997 Cisneros Television Grup adquiere a Imagen Satelital, un grupo de canales de televisión paga en Argentina, que incluye Space, I-Sat, Infinito, Uniseries, Jupiter Comic y Venus.

Ese mismo año junto al fondo de inversión norteamericano Hicks, Muse, Tate & Furst, Inc. (que también tiene activos en las industrias culturales de Argentina) crea Ibero America Media Partners, que invierte, desarrolla y adquiere propiedades en el área de los medios en Latinoamérica, España y Portugal.

De este lado del mar invierte también en Caracol, el principal productor de contenido para televisión colombiana.

Ya en 1998 se asocia con America Online en el mercado latinoamericano, al tiempo que ingresa al negocio de Much Music Argentina, conforma una alianza estratégica con Playboy Enterprises para crear Playboy TV Internacional y conforma Ibero-América Radio Chile para adquirir, consolidar y operar las estaciones de radio más importantes de ese país.

En 1999 lanza América Online Brasil.

En 2000 lanza Venevisión Continental, un canal de televisión pagado dirigido a la audiencia de habla hispana en el mundo entero y su sección Ibero-American Media Partners invierte en El Sitio, Inc, una nueva empresa de medios, líder en Latinoamérica. Ese mismo año la Organización Cisneros constituye a Eccelera Holdings, una empresa de inversión que busca capitalizar oportunidades en telecomunicaciones, en los medios y en tecnología en los mercados brasileiros e internacionales. Luego lanza America Online de México, de Argentina y de Puerto Rico.

Su manejo fue ejemplar tanto en lo económico como en lo político, sabiendo adaptarse incluso a los nuevos tiempos. Con la llegada de Chávez al gobierno de Venezuela, la televisión de Cisneros supo reencontrar su lugar, mientras que en cambio, el gobierno le negaba la extensión de la licencia a su gran competidor RCTV, en medio de un escándalo de proporciones internacionales.

MÉJICO

La televisión de Méjico, en todo caso tiene de excepcional lo poco que la década no alcanzó a borrar, pero los noventa también fueron arrasadores aquí cuando el capital se impone declarando obsoletas las viejas alianzas y enfrentamientos al interior del PRI y, por lo tanto, el delicado equilibrio mediático audiovisual que habían construido.

El año 1993 marca el final de IMEVISION, arrollada por las fuerzas privatizadoras que entregando los canales 7 y 13 dan lugar al

nacimiento de TV Azteca. En principio, el canal 22 también formaba parte del paquete a privatizar, sin embargo luego el gobierno accedió al pedido de un grupo de escritores, científicos y artistas que lo refundaron a partir de ese año como un canal cultural y con una calidad de programación que le ha valido el reconocimiento de la UNESCO. Incluso, al menos en las formas, constituiría el único canal realmente *público* y no meramente gubernamental, al contar con un “consejo colaborador” formado por miembros de la sociedad civil, para supervisar funcionamiento.

También sobrevivió a la privatización el canal 11 del Instituto Politécnico que amplió su cobertura en asociación con televisoras regionales; y surgió el canal 40 de UHF inicialmente como un canal informativo y que luego extendió su programación con contenidos y calidad notables.

A eso debe sumarse veintidós sistemas de TV regional (Red nacional de televisoras educativas y culturales) a cargo de los gobiernos de los estados del que reciben un apoyo limitado, aunque “*en algunos casos funcionan como canales oficiales de propaganda de los grupos en el poder*”²⁶. A mediados de 2000 nacerá también un canal de televisión universitario TV UNAM.

Pero más allá de estas “almas en pena”, la década es de las nuevas tecnologías y capitales altamente concentrados, capaces de tomar la posta en el deslumbrante desafío de la convergencia y jugarse allí su reproducción.

La penetración de la televisión paga en México, todavía a finales de los ‘90 no supera el 10% repartido principalmente en tres empresas Cablevisión, Multivisión y PCTV.

Cablevisión pertenece a Televisa, es la pionera que desde 1966 prestó servicios sola con nueve canales más los de aire y donde a mediados de la década ingresó como accionista Carlos Slim propietario de Teléfonos de Méjico lo que generó muchas más especulaciones que transformaciones.

Multivisión pertenece a un grupo pionero de la FM, de la radio digital y ligado al importante diario El Universal. A fines de la década duplicaba a Cablevisión en suscriptores capitalinos, operaba también en otros estados y emitía sus señales en América Latina, Estados Unidos y Europa vía televisoras locales y mediante acuerdos con las norteamericanas NBC, USA Network y Spelling. Mul-

²⁶ CROVI, D., “Inequidades del NAFTA”, en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (Ed.), *Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999, pág. 155.

tvisión apostó fuerte a la programación, creando señales a partir de unidades de contenidos que adquiriría en distintos mercados²⁷.

PCTV (Productora y comercializadora de Televisión) fue el resultado de la unión de 187 sistemas de cables (particularmente del interior del país) como estrategia para resistir a la fuerza de Cablevisión para fijar las reglas de juego, mediante la renta compartida de recursos tecnológicos y programación conjunta, lo que les permitió cubrir amplias zonas del territorio nacional con una oferta atractiva.

PCTV y Cablevisión se desarrollaron repartiendo sus zonas de servicio, por lo que la competencia se limitó a la disputa por la exclusividad en la difusión de ciertas señales y con vistas al futuro mercado de la televisión directa al hogar.

En torno a los satélites de comunicación, Méjico tuvo en la década un papel destacadísimo dentro de América Latina y en 1997, el Estado -que hasta entonces consideraba al sector como estratégico para la soberanía- abrió el sector a la inversión privada con la creación de Satmex para el desarrollo del Morelos I y Solidaridad I y II.

En un momento de tan grandes transformaciones, la adecuación de la legislación hubiera sido fundamental para asegurar ciertos equilibrios, pero los hechos tomaron otro camino dejando paso a una regulación mercantil.

En ese juego, Televisa se consolidó como “*el consorcio de medios de comunicación de habla hispana más importante del mundo*”²⁸. Y siempre según datos de su sitio oficial, sabemos que opera y comercializa una red de 257 estaciones a nivel nacional, 224 propias y 33 afiliadas. (Nótese aquí por diferencia con el desarrollo norteamericano, la concentración que tiene lugar por falta de una regulación en tal sentido). Sus señales son *El canal de las Estrellas* difundida internacionalmente por vía satelital, *4TV* señal metropolitana que se extiende al valle de Méjico, *canal 5* y *Galavisión*.

En el rubro de la televisión paga pertenecen al grupo las firmas “*Sky*” de TV satelital, que cubre Méjico, Centroamérica y Dominicana, con 1,8 millones de abonados; en la que es socia de British Sky Broadcasting (BSkyB), News Corporation y Liberty Media.

También dije ya que posee la firma “*Cablevisión*”, único operador digital de cable en Méjico, que ofrece 225 canales de TV para medio millón de abonados, banda ancha y telefonía digital. Asimismo, participa del negocio de la producción de contenidos y la progra-

²⁷ Ibidem

²⁸ <http://www.televisa.com>

mación mediante “*Televisa Network*”, que distribuye treinta canales en Méjico, EEUU, Europa, Latinoamérica y Oceanía.

Los éxitos de pantalla son llevados a DVD y comercializados a nivel nacional e internacional, a través de la firma “*Televisa Home Entertainment*”; y la difusión de los éxitos, por Internet y dispositivos móviles, está a cargo de “*Televisa Interactive media*”.

Provee aproximadamente el 70% de los contenidos de “Univisión” – la cadena de habla hispana de Estados Unidos y en 2006 estuvo a punto de adquirirla aunque el negocio se vio frustrado por las limitaciones al ingreso de capitales extranjeros en las industrias norteamericanas de comunicación. No obstante, está asociada a Univisión en “*TuTV*”, proveedora de televisión hispana por cable y satélite en Estados Unidos y posee el 40% de “*La Sexta*” canal español de aire de cobertura nacional.

Cuenta además con un centro de formación de actores “*CEA*” que le provee casi la totalidad de los talentos de sus producciones.

En el negocio del cine participa desde la firma “*Videocine*” como productora y distribuidora y en la música, que incluye desde luego videos musicales, participa mediante “*Televisa Música*” y asociación con Prisa²⁹ y Grupo Radiorama; posee además ochenta estaciones de radio en todo el país.

Más allá de lo audiovisual propiamente dicho, comparte proyectos e inversiones con EMI en el negocio discográfico. En el negocio editorial publica 130 revistas distintas en veinte países y distribuye publicaciones en Méjico, Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Panamá y Perú.

“*OCESA*” es su división dedicada a la organización de eventos deportivos, culturales y musicales.

Posee también una división abocada a negocios financieros: “*Más Fondos*”; tres importantes equipos de fútbol y el Estadio Azteca con capacidad para 105.000 espectadores, además de una línea aérea que hace vuelos de cabotaje.

Los actores, la producción, (que incluye deportes, información, telenovelas, infantiles, entretenimientos etc.), la programación y la difusión por todas las vías y en todos los soportes, los shows, el estadio, el traslado y la renta financiera. Pero para no dejar un cabo suelto, la empresa ha creado también “*Televisa consumer products*”

²⁹ Prisa es una industria cultural trasnacional, que tiene entre otros medios conocidos el diario *El País*, *La Razón* (de Bolivia), las editoriales Santillana y Alfaguara, Radio *Caracol* (de Colombia), *Cadena Seis* (de Madrid), la revista *Rollingstones*, *Canal Plus* y participa en el negocio televisivo de España y Latinoamérica, incluyendo a Brasil

que administra los derechos sobre sus personajes y marcas para el desarrollo del merchandising (objetos estampados con los personajes, así como los envoltorios que dan identidad a alimentos, golosinas y bebidas). Ni qué decir entonces de la compleja lógica que asume a partir de esta década el proceso de comercialización del producto televisivo, que ahora también en los caramelos encuentra un espacio adecuado para realizar su valor.

COLOMBIA

Colombia podría haberse considerado un caso pintoresco al mantener durante tanto tiempo una televisión pública que fue creando canales regionales y habilitó la participación de distintos sectores de la sociedad en los debates pertinentes. Sólo muy tardíamente Colombia permitió la participación del capital extranjero en su TV y para 1998 comenzarán a transmitir los canales privados de TV.³⁰

CHILE

Mucho más tempranamente en Chile, a comienzos de los '90, irrumpen allí la TV privada comercial. TVN el canal del Estado y TV 13 de la Universidad Católica son los dos grandes canales nacionales que conviven con dos canales medianos privados: *Megavisión* quien invierte también en TV por cable ("Metropolis Intercom" junto a Liberty Media), en una editorial y un diario.

Megavisión cuenta entre sus accionistas a Televisa de México.

El otro canal mediano es el que perteneciera a la universidad de Chile, hoy propiedad del Grupos Cisneros de Venezuela (ODC).

Junto a estos cuatro, conviven otro canal nacional "Canal 4 La Red" propiedad de un empresario mejicano y otros canales pequeños privados o universitarios de distintas suertes³¹. En la TV de cable además de Metropolis intercom, opera VTR (UnitedGlobal Com) que es también prestadora de servicio satelital con DirecTV que tiene una penetración de sólo el 10% frente al 90% de Sky (Globo, Televisa, News Coop. y Liberty)

A principio del este siglo la penetración del cable era de menos del 20% nacional y la TV satelital no alcanzaba al 3%, sin embargo, tendrá un rápido avance como en Argentina y Panamá³².

³⁰ REY, G., "La televisión en Colombia", Op.Cit.

³¹ FUENZALIDA, V., "La televisión en Chile", Op. Cit.

³² BUSTAMANTE, E., "Globalización de procesos..." Op. Cit.

Si en términos generales puede decirse que los noventa se caracterizan por la concentración, la convergencia y la penetración del capital privado en las industrias culturales en general y en la TV en particular, aún queda por citar el caso del “país modelo”, aquel que supo adherir de la manera más ferviente al consenso de Washington. El de las relaciones carnales con Estados Unidos.

Lejos, muy lejos de los orígenes colombianos, la televisión de Argentina nació con una fuerte regulación para limitar la concentración. Y llegó incluso, lejos, muy lejos de Brasil, a la nacionalización de los grandes canales.

Es sorprendente entonces que el modelo neoliberal globalizante haya calado tan profundamente en la TV argentina durante los ‘90.

Parte II

LA TELEVISIÓN EN ARGENTINA

Antecedentes y origen

Dando por sentado un mínimo conocimiento del lector respecto de los hechos históricos argentinos y asumiendo la suficiente contextualización del capítulo precedente donde con algunos trazos se esbozó el “clima de época” en distintos momentos y los hechos emergentes que condicionaron el desarrollo de la televisión latinoamericana, abordaremos aquí la televisión nacional haciendo referencias de carácter más bien recordatorio, respecto de lo que en cada momento sucedía en el plano político, económico, intelectual y en las creencias más generalizadas respecto de esas cuestiones.

Considerando a la radio como precursora de la televisión, se debería recordar entonces que su nacimiento tiene lugar durante los años ‘20, luego de que el radicalismo llegara al gobierno en el marco de años muy convulsionados internacionalmente (I Guerra Mundial y Revoluciones rusa y mexicana por sólo mencionar tres elementos) con importantes repercusiones en nuestro país (Reforma Universitaria del ‘18 y movilizaciones sindicales bajo direcciones filo comunistas y filo anarquistas).

Es el momento en que las fuerzas transformadoras, que encarnara Yrigoyen, van cediendo a la restauración conservadora que desde el interior del radicalismo mismo se personifica en el gobierno de Alvear.

Para pensar nuestra televisión entonces, y atentos a que en Argentina como en el resto del continente seguirá la línea de desarrollo que precedentemente tuvo la radio, debemos ubicarnos en ese momento.

Las primeras tres radios del país -que es decir de Buenos Aires- aparecen a comienzos de los años veintes y en el siguiente orden: *LOR*¹ *Radio Argentina*, *LOX Radio Cultura* y *LOZ Radio Sudamérica*. Si bien la primera nace sostenida por el desembolso de sus fundadores, sin aparente interés económico al menos en lo inmediato, la segunda ya tiene un precursor carácter publicitario, mientras que la tercera responde a la típica estrategia de los comerciantes vendedores de receptores que apuestan a sostener las emisiones que movilizarán la compra

¹ En 1929 pasarán a denominarse por dos letras y un número como hasta hoy.

de aparatos. Como se verá, algo muy similar sucederá luego con la TV por cable.

Para comienzos de 1924 había ya una temprana legislación que fijaba el otorgamiento de las licencias con vigencia anual, aunque recién en 1929 habría una legislación integral y específica que las hace depender de la Dirección General de Correos y Telégrafos. Ella fija el requerimiento de audiciones “altamente artísticas y culturales”, establece que la publicidad no debe afectar la calidad del contenido y fija a los propietarios el pago de una cuota anual².

A mediados de 1925 nace *LOY Radio Nacional*, que luego pasaría a llamarse Radio Belgrano y será adquirida en 1927 por Jaime Yankelevich. Un dato doblemente relevante ya que, por una parte, este empresario será quien sienta las bases del formato de show con audiencia y viabilidad publicitaria y, por otra, será la persona comisionada por el General Perón para comprar en Estados Unidos el primer equipamiento televisivo para poner en marcha en el país el primer canal de TV: Canal 7; incluidos una cantidad de receptores que según la fuente oscila entre 500 y 5000³.

Entre las distintas emisoras que surgen en 1925, habría que detenerse en la aparición de *LOZ radio La Nación* (que luego será Radio Mitre) perteneciente al diario homónimo y, por lo tanto, precursora en el proceso de concentración horizontal (multimedial). Desde luego, la respuesta del diario *Crítica* no se hace esperar y casi de inmediato establece un convenio con la precursora LOR Argentina.

Tras algunos años de inestabilidad en el que nacieron y desaparecieron varias emisoras, las radios de Buenos Aires se fueron consolidando y orientándose hacia la publicidad como modo de financiamiento.

La naciente radiofonía comercial encontró su mayor resistencia en la prensa gráfica que proponía considerarlas como un servicio público; desde luego interesada en defender su dominio absoluto de la torta publicitaria. No obstante, ya se señaló al hablar de los modelos fundadores, el debate encontraba también su correlato, en la tensión entre la debilitada hegemonía Británica y su modelo radial como servicio público (BBC) y la ascendente hegemonía norteamericana cuyo modelo era ese estilo de radio comercial y de entretenimiento, que finalmente se impuso en nuestro país y marcará luego el criterio para la TV.

² AGUSTI, S. y MASTRINI, G., “Radio Economía y Política entre 1920 y 1945” en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005,

³ ARRIBÁ, S., “El peronismo y la política de radiodifusión (1946 - 1955)”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía. Buenos Aires, 2005, pág.86.

También se adelanta en la radio el fenómeno que reproducirá la TV cuando, dada la enorme diferencia de audiencias y de mercados publicitarios, y la consecuente existencia de un star system capitalino, se manifiesta imposible su desarrollo autónomo en el interior del país, donde no quedó más remedio que “prenderse de las radios porteñas” conformando redes donde las emisoras del interior casi no tenían más programación que un informativo local. Así nacen las grandes redes que se consolidan entre el ‘37 y el ‘41, lideradas por *LR1 Radio El Mundo*, *LR3 Radio Belgrano* y *LR4 Radio Splendid* autorizada en el ‘41, luego de cierta desaceleración durante la Década Infame.

Esta es la impronta de nacimiento de la televisión argentina que, sin embargo y a diferencia de la radio, nace en el entrecruzamiento del sector público y la empresa privada.

(...) desde el canal 7 de Buenos Aires (dependiente de LR3 radio Belgrano), la televisión comenzó oficialmente sus emisiones el 17 de octubre de 1951 con la transmisión de un acto político, el Día de la Lealtad, realizado en Plaza de Mayo⁴.

Jorge Nielsen, en su estudio de la TV Argentina dedica un extenso pasaje a la gran pregunta sobre su origen privado o público; en él cruza fuentes bibliográficas y entrevistas que exhiben la acalorada polémica. Todos los relatos incluyen a Perón y Yankelevich de *Radio Belgrano* y el debate gira en torno a la autonomía real o nominal de los medios de entonces respecto del gobierno y al régimen de propiedad transparente o encubierto, imputable a esa emisora y al conjunto de las mayores emisoras y diarios del país.

Para el autor, la TV nace como una rara mezcla entre estatal y privada en el marco de una situación poco clara, producto de la particular política que el peronismo se dio para con los medios⁵. Mirta Varela por su parte afirma que Radio Belgrano pertenecía al Estado ya “*que había sido censurada y clausurada primero, y expropiada por el gobierno peronista, poco tiempo antes, en una maniobra muy confusa*”⁶. En cuanto a su modo de financiamiento, no parece haber discusión sobre el carácter publicitario fundacional de la TV argentina.

En sus orígenes ella convoca a un núcleo joven de trabajadores y a partir de mediados de la década abre un espacio que atrajo cierto vanguardismo políticamente ligado a posiciones de izquierda. Es también

⁴ Ibidem, pág. 86 - 87.

⁵ NIELSEN, J., *Televisión argentina. 1951/1975 La información*, Jilguero, Buenos Aires, 2001.

⁶ VARELA, M., *Los comienzos de la televisión argentina en el contexto latinoamericano*, [en línea], dirección URL: <http://diegolevis.com.ar/audiovisual/MVarela.pdf> 1998.

cuando empiezan a orientarse hacia la TV grandes personalidades de la radio -y en menor medida del teatro- y por entonces también se recluta a los técnicos de las radios para trabajar en el nuevo medio⁷.

Todos los riesgos y desafíos del emprendimiento fueron asumidos por el Estado Nacional. Incluso en lo que respecta a los contenidos, ya que es en ese momento cuando “*se definen los géneros y formatos sobre los que se construirá la televisión hasta nuestros días*”⁸. Definiciones que cerrarán la puerta a cualquier forma experimental cuando comiencen a funcionar los canales privados con pautas de producción industrial.

En la TV nacional, como en el resto de América Latina, la ley estuvo a la zaga de los hechos, de modo que recién en 1953 Argentina se da su primera Ley de Radiodifusión, que concedía las licencias por mecanismo de licitación pública, y de manera intransferible por 20 años⁹. Los concesionados debían ser argentinos nativos o sociedades con el 70% del capital perteneciente a argentinos nativos. Se establecía la misma condición para los cuadros directivos, incluso impidiendo que estos tuvieran algún interés directo o indirecto en otra red¹⁰. Así, se salvaguardaba el carácter nacional y se evitaba una formación monopólica.

El Decreto 9967/54, que aprobó el pliego de bases y condiciones para la licitación, fijaba la creación de tres redes de radiodifusión de 24 emisoras cada una con cabecera en la Capital, y tres canales de TV en Buenos Aires. La estructura en red no era aplicable aun para una televisión incipiente y con escasas condiciones técnicas y económicas para extenderse al país; pero puede verse en la radio una voluntad que probablemente hubiera marcado también el modelo televisivo, repitiendo desde Buenos Aires para todo el país y que, sin embargo, resultó muy combatido tras el golpe de estado que derrocó a Perón.

La cuestión de la propiedad privada no estuvo en cuestión, lo que se evidencia en la decisión de considerar al servicio como “de interés público” ya que, por la constitución del ‘49, atribuirle carácter público hubiera impedido la propiedad o explotación por parte del sector pri-

⁷ Ibidem.

⁸ MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, Op. Cit., pág. 26.

⁹ La primera legislación sobre el uso de las frecuencias se dio mediante el decreto del Poder Ejecutivo Nacional N° 21004 de mayo de 1933. Allí se consigna su carácter intransferible, otorgables sólo a ciudadanos argentinos y permitiendo a cada licenciatario sólo una licencia por zona. Asimismo, se prohíbe a las radios todo contenido político o sociológico sin autorización escrita de la Dirección de Correos y Telégrafos, lo que constituye la legalización de la censura previa. KORTH, A., “Un diagnóstico de la radiodifusión en la década del ‘38”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 53-70.

¹⁰ ARRIBÁ, S., “El peronismo y la política...”, Op. Cit.

vado¹¹. De este modo, cuando en octubre del '54 se aprobó la licitación, dos de las redes fueron para respectivas empresas editoriales (Haynes dirigida por Vicente Carlos Aloé y *La Razón* dirigida por Ricardo Peralta Ramos) mientras que la tercera quedó para la firma APT, gerenciada por Jorge Antonio, amigo personal del General Perón y ex presidente de Mercedes Benz. La cuarta era la Red Oficial del Estado LRA “y un conjunto minoritario de radios independientes de baja frecuencia que no influían en el sistema comercial”¹². En general, las cadenas quedaban en manos de gente próxima a Perón, de modo que no puede extrañarnos el desenlace: Un año después, el 1° de octubre de 1955, el flamante gobierno golpista conocido como “la libertadora” mediante el decreto 170/55 declara nulas las adjudicaciones y facultó al Estado para designar interventores en las tres cadenas nacionales privadas y administrar provisoriamente los bienes de las emisoras hasta que se resolviera cómo proceder con ellas. Como es de imaginar, se trató de un decoroso modo de expropiación.

La segunda mitad de los cincuenta da por tierra con uno de los intentos llamados populistas más relevantes de América Latina y su final plantea a las clases dominantes argentinas el problema de erradicar al peronismo preservando la institucionalidad. Objetivo en el que afrontarán más de un fracaso, sin que eso les impida avanzar hacia una distribución crecientemente regresiva del ingreso. Pero las pretensiones de “poner en vereda” a ese novedoso proletariado industrial, sufrirán uno y otro revés hasta que dos décadas después, como Alejandro frente al nudo gordiano, el desenlace sea la desindustrialización y exclusión económica y política forzosa de una gran parte de los trabajadores industriales.

La preocupación por volver a un orden institucional sin permitir el regreso del peronismo no sólo fue el motor de la represión, sino de la urgente preocupación por el control de un sistema de medios que habría sido demasiado fiel al “tirano”. Se trataba entonces de sentar las bases para una organización de los medios de difusión, que erradicara toda posibilidad de revivir la “demagógica” experiencia.

Las dificultades asociadas quizás expliquen el inicial compás de espera que tuvo el tema de la radiodifusión durante la libertadora, tanto como la urgencia cuando -por el compromiso de entrega del gobierno en mayo del '58- la cuestión recuperó su centralidad. Entonces, mediante el decreto 866/57 se llamó a formular una nueva ley de radiodifusión al tiempo que se estableció la privatización de los medios. Así

¹¹ Ibidem.

¹² Ibidem, pág. 96.

desaparecerá una ley de radiodifusión generada en el marco de la institucionalidad democrática y no habrá otra posible a lo largo del siglo. Para remplazarla se dictó el *Decreto ley 15460/57 del 25 de noviembre*. Y en diciembre se firma el decreto-ley 16.531 aprobando pliego de bases y condiciones para adjudicar 10 canales en las principales ciudades del país, tres de los cuales serían para Buenos Aires¹³.

Todo funcionó como si, antes de partir, el gobierno militar tratara de dejar ordenada la cuestión y que, “ordenada” equivaliera a garantías de que los gobiernos subsiguientes no pudieran darse una estructura de medios demasiado afín. Así, la nueva ley, además de limitar la participación del capital extranjero en la propiedad, fijó una cantidad máxima de emisoras para cada titular. Con esto, se limitaba el desarrollo de cadenas, característico de la TV en casi todo el mundo, lo que le dio a la nuestra una impronta particular. Pero es de notar también que esta decisión, en el marco de un sistema de financiación publicitaria, dejaba a cada región “librada a su suerte”, es decir a la magnitud de la torta publicitaria que por su cuenta pudiera gestar, lo que limitaba seriamente también sus posibilidades de desarrollo.

La inusitada celeridad del gobierno saliente para resolver el tema fue tan llamativa como el proceso mismo ya que, en marzo de 1957 comienzan a evaluarse las propuestas y en abril la Comisión de Adjudicaciones recomienda al ejecutivo declarar al concurso desierto, entonces y de manera inmediata comienza a funcionar una imprevista Junta que recomienda lo contrario.

(...) en Abril de 1958, tres días antes de entregar el gobierno, el general Aramburu firmó el decreto 6287 por el cual se otorgaban licencias para instalar canales de televisión a las empresas CADETE, DICON y Río de la Plata TV¹⁴.

Canal 9 le correspondió a CADETE, del empresario de la publicidad cinematográfica Kurt Lowe, insospechado de cualquier relación con el peronismo y quien llevaba a varios militares en su grupo accionista.

Canal 11 fue para DICON creada en torno a los jesuitas representados por el padre Héctor Grandinetti¹⁵ y gente ligada a la iglesia, institución que había jugado un papel protagónico en el derrocamiento del peronismo.

¹³ El decreto también establecía la privatización de un centenar de radios que habían quedado bajo administración estatal; MASTRINI, G., “El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión privada argentina”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 106.

¹⁴ *Ibidem*, pág.108.

¹⁵ Grandinetti estaría acompañado por profesionales de la Universidad de El Salvador y luego crearía allí una carrera de televisión.

Sectores agrarios no hegemónicos y grupos de notable poder político, ligados a la UCR, se daban cita en la sociedad Río de la Plata TV, para quien quedó el *Canal 13*.

Sin embargo, hubo que esperar bastante aun, para que estas señales llegaran al aire, debido a la enorme inversión necesaria. Así y por un tiempo siguió transmitiendo sólo Canal 7 con financiamiento oficial, mientras los empresarios nacionales ponían en marcha la estrategia que terminaría siendo “un clásico latinoamericano”: Sortearon el impedimento de la participación de capitales extranjeros, haciéndolos figurar como socios en la producción.

Los '60

LA CONSOLIDACIÓN DE LA TV

Numerosos sectores de la economía, la política y las FFAA se habían agrupado fácilmente en contra de Perón, pero tras el golpe las diferencias abrieron brechas en el “partido militar antiperonista” y en el principal partido civil opositor: el Radical.

El triunfo de Frondizi y su acceso a la Presidencia de la Nación debe ser entendido en un doble sentido: por un lado, era el intento de distinguir entre el partido peronista con Perón como dirigente y el movimiento de los trabajadores a la hora de abordar la relación entre el Estado y la clase obrera. Por el otro, la decisión de buscar el mayor apoyo posible del capital financiero internacional (especialmente norteamericano) para impulsar el desarrollo económico¹.

Allí se sintetizan las condiciones político económicas que marcan el desarrollo de la televisión argentina: *control político e inversión del capital trasnacional* son las claves.

Lo primero influirá en su particularidad de no extenderse territorialmente mediante cadenas de emisoras (al menos en lo formal como veremos ya que los factores económicos tendieron a ello y lo lograran de hecho). En cuanto a las inversiones necesarias, la Argentina seguirá en la línea de dependencia con el capital norteamericano, que caracterizó a todo el subcontinente.

Desde la adjudicación en 1958 hasta que los canales pudieron efectivamente funcionar pasó un buen tiempo debido en gran medida a los altos riesgos que suponía el negocio por lo novedoso y desconocido, por la ausencia del parque de televisores, por la falta de contenidos y por la dificultad de movilizar en esas condiciones la inversión publicitaria indispensable. Condiciones demasiado adversas para el entusiasmo de una burguesía nacional que quizás -sólo quizás- tenga y haya tenido ese estilo tan rentístico y parasitario que la lleva a invertir sólo cuando el botín es inmenso y seguro.

¹ HOROWICZ, A., *Los cuatro peronismos*, Op. Cit., pág. 160.

Si bien desde 1956 Canal 7 había incluido las series importadas de Estados Unidos en su programación, la relación se profundizaría ahora mediante el desembarco de las cadenas de Estados Unidos. Desembarco legal en la provisión de contenidos, pero que de hecho serían “*las verdaderas dueñas de todos los activos de los canales*”².

Canal 13, de Río de la Plata TV, sale al aire en octubre de 1960 luego de que el consorcio CBS-TimesLife invirtiera algo más de tres millones de dólares. El ingenioso mecanismo funciona mediante la creación de la productora Proartel a la que se asocia Río de la Plata TV (es decir Canal 13), cediendo el 80% de sus acciones a cambio del 20% de las pertenecientes a la nueva productora. Un ejemplo de picardía criolla, dado que la empresa local apenas tenía como activo algo más que la licencia de emisión; de modo que en un simple enroque, devinieron propietarios del 20% de una inversión “real” y muy grande si se piensa históricamente³. El resultado es que el consorcio pone al frente de la productora y el canal a Goar Mestre (de quien hablaríamos ya en referencia a la televisión de Cuba, Perú y Venezuela).

En junio de ese año, llegaba al aire el Canal 9 de Lowe, tras haber recibido medio millón de dólares de la NBC quien además era propietaria de la productora Telecenter proveedora de contenidos del canal.

El último fue el Canal 11 que comenzó a transmitir en julio de 1961 luego de ceder el 40% de las acciones a Pedro Simoncini, casualmente representante legal de la cadena ABC. Cadena que en sus folletos de propaganda internacional incluía al Canal 11 de Argentina como propio. Otra “sorprendente casualidad” es que las acciones de Telerama -la empresa productora que proveía contenidos a Canal 11- también pertenecían en un 90% a la cadena ABC.

Así, el capital norteamericano se hizo cargo de la producción (además de la importación y comercialización) de contenidos, administró los canales capitalinos y, a través de estos tuvo un enorme control sobre los canales que fueron generándose en el interior del país; bien sea mediante la inversión económica directa, bien sea mediante la provisión de contenidos. De hecho, la oferta de precios diferenciales en caso de compra exclusiva, hizo que cada productora lograra compradores exclusivos en el interior, lo que ponía a esos canales en una condición de cuasi repetidoras de hecho, funcionando como cadenas no formalizadas. Y si a eso se suma que los -más o menos formalmente- asociados del interior recibían parte de la tanda publicitaria nacional desde su

² BULLA, G., “Televisión argentina en los 60”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 118.

³ *Ibidem*.

canal cabecera, vemos que las cadenas comenzaron a funcionar más allá de que cualquier formalidad jurídica⁴⁵.

Las empresas norteamericanas hicieron aquí, aquello que la legislación evitaba muy cuidadosamente en su país para preservar el desarrollo económico de productoras regionales y evitar una desmesurada homogeneización cultural⁶.

Diversos factores deben converger para explicar esta “tolerancia” local a la concentración oligopólica, pero el peso de lo político no debe haber sido menor ya que, mientras Estados Unidos parece haberse preocupado ante todo por el desarrollo de una industria televisiva, en Argentina la preocupación gubernamental pareció centrarse en asegurar que la tele y radiodifusión quedaran en manos de “gente confiable” para las elites que gobernaban por vía de las FFAA⁷, sin importar la cuestión de los contenidos mientras fueran políticamente aceptables, sin importar la diversidad cultural y atendiendo sólo secundariamente el desarrollo del negocio.

Así, la política implementada no tendió al desarrollo de la TV del interior. Pero tampoco se apostó a “la otra opción” que hubiera sido el desarrollo de dos o tres poderosas redes con su nodo principal en la ciudad capital, lo que hubiera sido la forma propia del capital en proceso de concentración y lo que finalmente se impuso. Si bien se mantuvo una pluralidad de propietarios en la difusión, hubo una oligopolización creciente de la programación y el control de los recursos publicitarios.

Así, en un país absorbido por Buenos Aires, quince años después del comienzo de la TV, el 80% de las imágenes y relatos que formaban parte de la vida cotidiana de todo el territorio y la formaban, era concebido y producido en la capital.

Como consecuencia de la concentración capitalina de un país macrocefálico, la televisión construía un país macrocefálico concentrado en la capital, al profundizar el silencio del interior y su consecuente vaciamiento cultural: La víbora que se muerde la cola. Esta marca de origen definiría un sesgo que la televisión argentina mantiene hasta el presente.

⁴ Ibidem,

⁵ MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, Op. Cit.

⁶ Allá la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) controló férreamente que en el prime time (horario de mayor audiencias) las emisoras asociadas incluyeran un mínimo de contenidos propios al tiempo que reguló cuidadosamente la cantidad de asociadas aceptables para cada cadena. BUSTAMANTE, E., *La Televisión económica*, Op.Cit, 1999.

⁷ Poco importa si las FFAA ejercían el gobierno directa o indirectamente como puede apreciarse respecto de la injerencia de la corporación militar en el gobierno de Frondizi o el desenlace de los gobiernos de Illía y de Perón

En ese interior habían nacido, junto a los tres de Buenos Aires, los canales de Córdoba, Mendoza y Mar del Plata; luego la expansión alcanzó al resto de las ciudades más importantes con una celeridad particular, probablemente debida al alto grado de urbanización que caracterizaba a aquella Argentina respecto de otros países latinoamericanos. No menos importante debe haber sido la bonanza económica de aquellos años y un sostenido proceso de industrialización con muy bajas tasas de desempleo; lo que no fue ajeno a las inversiones extranjeras, especialmente norteamericanas, y el desarrollo de la publicidad tal como ya se expresó.

En 1966 puede señalarse un punto de inflexión en la aparición de canales de TV y, simultáneamente, de un paulatino crecimiento en la cantidad y calidad de la producción nacional de contenidos.

Gustavo Bulla afirma que *“a partir del golpe de estado (de 1966) el ritmo de lanzamiento de nuevos canales de gestión privada se frenó”*⁸ y Nora Mazziotti plantea que *“1964-1974, es el período más fructífero de la TV argentina”*⁹.

Esta aparente contradicción justificaría sin dudas una investigación específica que no está a mi alcance; pero podríamos subrayar, al menos a modo de hipótesis, que la explicación debería buscarse en el encuentro de una situación económica dinámica, en cuyo marco va madurando un negocio televisivo de alta competencia entre los canales, alentando una producción de calidad y atractivo crecientes. Mientras la situación política, estaba caracterizada por el fantasma del peronismo recorriendo el país y que, al menos algunos sectores, tendían a confundir con el fantasma del comunismo. Así, junto a la calidad de la producción crecía el control de la difusión.

Retrocedamos un poco para revisar este escenario y recordemos que desde el golpe del '55, en lo político, el partido militar buscaba denodadamente y sin éxito la desarticulación del peronismo¹⁰ y la sujeción del movimiento obrero. En ese marco las FFAA aceptaron a regañadientes el acuerdo Perón-Frondizi que a las postres no resultaba sustentable por muchos motivos, pero especialmente porque en él,

(...) la base social del peronismo era el pato de la boda. Es decir, la política salarial del gobierno, su plan de privatizaciones, su programa de reducción del Estado, chocaban contra el interés inmediato de los trabajadores. (...) durante el '56, unos 5 millones de días laborables

⁸ BULLA, G., “Televisión argentina...”, Op. Cit., pág. 122.

⁹ MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, Op. Cit., pág. 31.

¹⁰ Quizás debamos ver en las negociaciones con Augusto Vandor y la burocracia sindical, una prueba de que el movimiento obrero no era manejable por fuera del partido de “el tirano prófugo”.

fueron destinados a huelgas; en el '57 la cifra decayó a 3,6 millones, pero volvió a trepar en el '58 a 6 millones y en el '59 ascendió a 11 millones de días¹¹.

Es de esperar que el desarrollismo económico con base industrializadora, combinado con una estrategia de sobreexplotación y represión de la clase obrera, se parezca demasiado a un coctel Molotov. Situación agravada cuando el partido militar se fracturó definitivamente entre el legalismo y la intervención política directa, luego del triunfo del peronista Framini en las elecciones de Buenos Aires del 18 de marzo de 1962. Así, y a pesar de que tras el enfrentamiento entre azules y colorados se habían impuesto los legalistas que “*defendían la institucionalidad*”¹² contra cualquier intento de golpe de estado, el 29 de Marzo, el presidente Frondizi es removido y encarcelado por las FFAA.

Ya en ese momento las FFAA habían entrado en una nueva etapa que tendría enormes consecuencias, especialmente en lo que respecta al desarrollo de los medios de difusión y la libertad de expresión. Por aquellos años se había desatado la paranoia entre los sectores dominantes de nuestro país que, por convicción o por conveniencia, postulaba la urgente necesidad de defender al país del terror rojo, fuertemente asociado (en su imaginario) al peronismo. Lo que en los hechos encontré (pudo encontrar) un relativo correlato por la coincidencia de la entrada de Fidel en la Habana y el desarrollo de una resistencia peronista que en los primeros años apeló a la estrategia de “*el caño*”¹³.

Así,

la reformulación de los objetivos y las hipótesis de guerra (...) sobre todo después de 1959, convirtió al ejército guardián de las fronteras, en garante del orden económico y social (...) Para los militares ultraliberales, el anticomunismo era una prolongación del antiperonismo¹⁴

Aunque debe decirse esta no fue sólo una obsesión militar, la iglesia por ejemplo incluso participó activamente en la denuncia del peligro comunista, y en la organización de reuniones de análisis sobre la responsabilidad de los cristianos ante la amenaza. “...*los militares que combatían ‘la hidra’ comunista en nombre de los valores de la democra-*

¹¹ HOROWICZ, A., *Los cuatro peronismos*, Op. Cit., pág. 170 y 171.

¹² El referente de los legalistas era el futuro golpista presidente de facto Juan Carlos Onganía.

¹³ “A partir de enero de 1959, numerosas bombas estallaron en Buenos Aires” ROUQUIÉ, A., *Poder militar y sociedad política en la Argentina*, Hipamérica, tomo II, Buenos Aires, 1986, pág. 157.

¹⁴ *Ibidem*, pág. 156.

*cia, terminaron por poner en juicio las libertades (como) antecámara del mal*¹⁵.

En ese marco fue socavado el gobierno de Arturo Frondizi y, si las FFAA no llegaron a plasmar un típico golpe de estado, fue probablemente porque las diferencias a su interior entre legalistas y no legalistas eran tan difíciles de salvar como las del arco político “democrático” que enfrentaba a Frondizi con Balbín y a este con Alende.

Por no hablar de los vínculos que cada uno a su vez tejía con distintos grupos de las FFAA, relativizando en la arena política, la supremacía que habían logrado los azules sobre los colorados, en un modestísimo campo de batalla.

Con una ayuda desde la Corte Suprema, el vicepresidente Guido terminó el período manteniendo una formal institucionalidad, mientras se proscribía la participación del peronismo en las próximas elecciones y el partido militar postulaba a Aramburu como su candidato. Así, en unas elecciones caracterizadas por el voto en blanco, se consagró presidente el Dr. Arturo Illia.

Quizás esta esquemática pintura permita comprender que, aunque el nuevo gobierno se manifestó muy respetuoso de las libertades democráticas, las favorables condiciones económicas para el desarrollo de la TV chocaran con marcas de origen debidas a la obsesión por el control político sobre la radiodifusión.

Durante el gobierno de Illia se promulgó recién el decreto ley de Aramburu 15460/57 que sancionaba la ley de radiodifusión que sustituía a la ley de Perón (por si alguien duda que la ley fue siempre a la zaga de los hechos). Y se manifestó además una clara disposición para “...desarrollar al máximo las ondas de radio y televisión, sin miedo a la libertad, con una inmensa fe en el espíritu de los argentinos...” Así lo manifestó a principios de 1964, Antonio Pagés Larraya, Secretario de Comunicaciones del gobierno nacional¹⁶. Y la proliferación de canales de TV parece dar prueba de esto.

La inmensa fe parecía estar depositada más bien en el espíritu empresario ya que el modelo que se expandió fue, claramente, el de la televisión privada de financiamiento publicitario y sin mayor preocupación por una TV pública. Pero ni siquiera esa pequeña modesta fe, parece haber sostenido la Revolución Argentina ya que, al asumir el gobierno en 1966 tras un nuevo golpe de estado, Onganía optó de hecho, por otra vía de desarrollo para la televisión “*En los siete años sucesivos se inauguraron nueve canales de televisión, de los cuales tan sólo uno fue*

¹⁵ Ibidem, pág. 169

¹⁶ BULLA, G., “Televisión argentina...”, Op. Cit., pág. 122.

*concesionado al sector privado y los otros ocho quedaron en manos del Estado*¹⁷.

Y esto no debería entenderse como el comienzo de la televisión pública sino como el final de la inmensa fe. Ya fuera pública o privada, para el partido militar la TV debía ser leal al gobierno y el gobierno debía ser de las FFAA. Veremos que lo actuado en la materia por la dictadura subsiguiente parece ratificar esta interpretación.

Es cierto que ahora que las FFAA volvían a hacerse cargo del gobierno sin intermediarios, hacia su interior se tensaba la confrontación entre sectores nacionalistas y liberales. Pero también es cierto que el liberalismo económico argentino no ha tenido demasiadas dificultades para convivir con un conservadurismo político y, la Revolución Argentina no fue la excepción, menos aun tras el nombramiento como ministro de economía de Adalbert Krieger Vasena

(...) ex ministro de Hacienda de Aramburu (que) mantenía excelentes relaciones con los consorcios bancarios y las empresas multinacionales agrupadas en ADELA (Atlantic Community Group for the Development of Latin America)¹⁸.

La modernización como consigna -lo que se igualaba con apertura hacia el capital- justificó la supresión de toda regulación social que limitara la libre competencia sacrificando los intereses de las pequeñas empresas, los asalariados y el sector agrícola. Pero la concentración de la industria argentina no aumentó la competitividad de las empresas nacionales sino su desnacionalización y, con tan pocos beneficiarios se entiende que el plan de Krieger Vasena requiriera “...*un poder fuerte que prohibiera toda actividad política y reprimiera las manifestaciones de descontento*”¹⁹. Así entendemos, por un lado, que las pequeñas empresas televisivas tuvieran escasas posibilidades de desarrollo en el marco de una política económica no sólo orientada a la concentración sino que además, al afectar el consumo reducía seguramente la torta publicitaria que hubiera podido financiar a los canales comerciales. Y, por otra parte, entendemos también que se limitara la aparición de nuevos actores en un espacio tan temible desde el punto de su participación en la formación de la “opinión pública”.

Esto, sin embargo, no impidió que para la producción nacional de contenidos audiovisuales fuera el comienzo de un periodo fructífero en el marco de una situación económica favorable a escala de unos pocos canales y productoras concentradas, sostenidas publicitariamente por

¹⁷ Ibidem, pág. 122.

¹⁸ ROUQUIÉ, A., *Poder militar y...*, Op. Cit., pág. 273.

¹⁹ Ibidem, pág. 275.

unas pocas grandes empresas trasnacionales concentradas también. Además, conviene no olvidar que hablar del esplendor nacional en la producción de contenidos televisivos, remite en realidad a unos cuantos buenos logros domésticos limitados a Buenos Aires y para nada se refiere a la conformación de una industria televisiva significativa.

Es en este marco como la inicial limitación a la creación de cadenas empieza a ser sorteada de hecho por la “natural” tendencia a la concentración, propia del negocio televisivo y agravada por la mordaza política, ya para principio de los setenta, *“cuatro emisoras de la capital, conjuntamente con sus productoras asociadas, manejaban la programación de más de 22 emisoras en el interior del país”*²⁰.

En tales condiciones, el gobierno no limitó la producción de contenidos mientras estos no cuestionaran los fundamentos político económicos que el partido militar representaba. Así, los tres grandes canales “amigos” y sus productoras no encontraron ni leyes, ni iniciativas de hecho, que tendieran a facilitar la entrada de nuevos actores, de modo que ellas se encontraron produciendo el 80% de los programas emitidos por los canales del interior y sus emisoras asociadas manejaban más de la mitad de la torta publicitaria audiovisual²¹.

Es en estas condiciones que, para fines de los sesenta y principio de los setenta, los contenidos televisivos empezaron a ganar en profundidad y también en sentido crítico frente a un clima de opinión crecientemente insatisfecho con el gobierno militar y sus políticas económicas, pero eso no tuvo su correlato en la multiplicación de actores atraídos por un negocio creciente. Las FFAA fueron reacias a licitar nuevas licencias entre nuevos actores y optaron por expandir la cobertura televisiva mediante estaciones repetidoras de los canales existentes. Es decir que el escenario a controlar no se modificaba en absoluto y sólo se incorporaban antenas y equipos de potencia. Hacia el final de los años sesenta había treinta y cinco canales de origen que extendían su cobertura mediante treinta y ocho estaciones repetidoras^{22 23}. Y en todos se veía prioritariamente la producción y la programación de los tres capitalinos.

No obstante, había para entonces también treinta y cinco canales de circuito cerrado²⁴ porque muchos intentos de ingreso al negocio se

²⁰ MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, Op. Cit., pág. 34.

²¹ GETINO, O., *La tercera Mirada...*, Op. Cit., pág. 184.

²² MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, Op. Cit.

²³ BULLA, G., “Televisión argentina...”, Op. Cit.

²⁴ *Ibidem*, pág.123.

hacían mediante la apertura de estos canales²⁵ que operaban a la espera de que el gobierno licitara nuevas frecuencias (algo que nunca sucedió). Peor aún, la tendencia del gobierno de Onganía fue a autorizar repetidoras allí donde existían circuitos cerrados lo que, como es de imaginar, significaba la agonía de un servicio pago y con una programación mínima, frente a la repetidora gratuita y bien provista por una señal procedente de alguna gran ciudad más o menos próxima.

Volveré sobre esto, pero antes que nada es necesario aclarar que aquellos canales de cable nada tenían en común con los actuales, ya que no pasaban de pequeños emprendimientos asfixiados por la dificultad de conseguir programación (aún no se había desarrollado la difusión de señales vía satélite) por lo que a duras penas podían ofrecer unas pocas horas de programación que se limitaba a una señal en blanco y negro, con los productos “usados” que conseguían de los canales de las ciudades grandes y en algunos casos una ínfima y muy precaria producción local.

Las más de las veces eran sólo una antena comunitaria que redistribuía la señal de la ciudad próxima, inaccesible por vía de las antenas domiciliarias. Es decir, una repetidora autogestionada por las ciudades pequeñas donde para los canales de aire no era negocio molestarse ni en llevar su señal.

Pero estamos adentrándonos aquí en otra variable de la compleja ecuación de la TV argentina: el desarrollo de los circuitos cerrados que empieza a ser significativo a mediados de la década y que mucho después alcanzarán el nivel de desarrollo más elevado de América Latina.

Ya hacia fines de la década, las cadenas norteamericanas empiezan su retirada de los canales argentinos. Las causas de la partida quizás no sean absolutamente independientes de la economía y la política nacional pero no parece muy adecuado poner allí el acento explicativo, ya que la retirada sucedió más o menos simultáneamente en las televisiones de Perú, Venezuela y otros países del continente. Las razones del repliegue suelen atribuirse a cierta crisis de la TV en los Estados Unidos y el comienzo de una nueva estrategia que allí derivó en el pionero desarrollo del video doméstico y una televisión de pago, por cable y satélite, con fuerte segmentación de audiencias²⁶. Algo que sólo llegaría a estas tierras mucho después.

²⁵ Al no utilizar ondas hertzianas sólo requerían una habilitación municipal para estar en regla.

²⁶ MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, Op. Cit.

Back home

El mítico Alejandro Romay (El Zar) se hizo cargo de la dirección de Canal 9 en 1964. Al año siguiente, cuando la NBC se desprendió de su participación en el negocio, Romay se transformó en el accionista mayoritario dirigiendo el canal y sentando escuela en la televisión argentina. Desde entonces, su relación con los norteamericanos se limitó a la compra de programas, pero de manera limitada ya que redujo el contenido extranjero y fue definiendo una producción y una programación “a la argentina”.

Goar Mestre, por su parte, desde el canal 13 había logrado el favor de la audiencia mediante un estilo de TV importado de Estados Unidos y puesto a prueba en Cuba y en el resto de los países donde administró canales de TV. El surgimiento de Romay y su estilo local fue el desafío que el cubano supo aceptar y a partir de entonces se exacerbó la competencia entre ambos canales promoviendo una fuerte incorporación de programas en vivo y el desarrollo de una relevante telenovela nacional. “*La tasa de programación extranjera descendió al 35% entre 1965 y 1972 en los principales canales*”²⁷.

La partida de los norteamericanos desvinculándose de sus canales y productoras locales abría una nueva etapa para la TV nacional. La cadena ABC se retiró de la productora de Canal 11 en 1970 vendiéndole el paquete mayoritario de las acciones a Héctor Ricardo García²⁸, un hombre proveniente de la industria editorial; y al año siguiente el grupo Time-Life sigue los mismos pasos, de modo que Goar Mestre cubre la retirada de los amigos norteamericanos con la incorporación de Editorial Atlántida²⁹ de los hermanos Vigil, quienes se hicieron con el 14% del paquete accionario. Los nuevos socios serán actores importantes en la televisión argentina.

La partida norteamericana debe haber tenido pocas penas y mucha gloria. Se retiraban de Sudamérica tras haber consolidado un negocio que les permitió colocar una inmensa producción de artefactos electrónicos y dejaban organizado un mercado de contenidos audiovisuales hecho a imagen y semejanza de su producción.

Los que se quedaban en Argentina, Romay proveniente de la radio, García y Vigil de la industria editorial y Mestre de la TV cubana, reafirman en la nueva etapa lo que parece ser “la regla de oro” de la tem-

²⁷ Ibidem, pág. 29.

²⁸ García era dueño del diario *Crónica* y editor del periódico sensacionalista *Así* que además controlaba la uruguayo *Radio Colonia* y la discográfica *Microphon*. BULLA, G., “Televisión argentina...”, Op. Cit., pág. 126.

²⁹ Atlántida edita *Gente, El Gráfico, Para Ti, Billiken*.

prana integración horizontal definiendo multimedios, aunque luego las condiciones político económicas de Argentina frustrarán esta tendencia que en otros países del continente siguió “naturalmente” su curso.

La otra televisión

La TV nace hertziana (TV abierta) y aparentemente fueron los obstáculos los que la llevaron al cable. La historia cuenta que corría el año 1948 cuando un señor de apellido Walson, en Pensilvania, vio peligrar su negocio de venta de televisores por la mala calidad con que llegaba la señal televisiva a su pueblo, Mahanoy, debido a la interferencia de una montaña. La historia cuenta también que el hombre se las arregló colocando una antena en la cima de la montaña y que, cables y unos amplificadores de fabricación propia, le permitieron llevar la señal hasta su local y redistribuirla por el pueblo que, a partir de entonces, sí tuvo buenas razones para comprarle los aparatos receptores de TV. El hombre no sólo vio prosperar su negocio sino que generó uno nuevo, cobrando por la distribución de la señal y además de rico se hizo famoso, como el precursor de la TV por cable y las antenas comunitarias.

La historia parece repetirse en distintos lugares del mundo y también en nuestro país aunque no todos los protagonistas llegaron al cinematográfico final feliz.

En Argentina, según la revista de la Asociación de Televisión por Cable (ATVC), la primera experiencia tuvo lugar en el Barrio Cordobés de Villa Cabrera cuando el 4 de noviembre de 1963 según publicó el diario *Clarín* al día siguiente, se distribuyó desde la casa de Franco Comte una señal de TV que fue recibida por 50 aparatos receptores conectados en las inmediaciones³⁰.

Para mí interés, hay aquí dos cuestiones a remarcar: por un lado que el experimento de Córdoba fue levado adelante por Franco Comte, junto a Alberto Cometo y Edsel Aeschlimann que eran socios en la firma local “Laboratorios Electrónicos Teleco” fabricantes de recepto-

³⁰ Quienes historizan la TV por cable no contemplan estas emisiones que fueron solamente experimentales. En cuanto al orden de aparición hay discusiones acerca de cuál fue el primer cable que operó formalmente. En “Historia de la TV argentina” Luis Buero señala a Sonovisión de Salta como el primero. Lorenzo Toribio, en “41 años de televisión en Villa María” afirma que la prioridad la tuvo Varcin de Villa María y hay aun otras posiciones. Lo relevante en todo caso es que tal debate demuestra que se trató de una tendencia, en el sentido que diferentes agentes sociales asumieron más o menos simultáneamente el desafío.

res de TV. Y por el otro, que los pocos días -el 21 de noviembre más precisamente- Aeschlimann obtuvo de la municipalidad de Río Cuarto (la segunda ciudad en importancia de la provincia luego de Córdoba) la autorización para operar allí un circuito cerrado de TV; mientras que, antes de navidad, Cometo obtuvo el permiso correspondiente de la municipalidad de Villa Mercedes en la provincia de San Luis.

Por un lado, como el precursor norteamericano, los locales también son movilizadas por el interés de sostener un negocio de fabricación/venta de equipos electrónicos. Por otra parte, mientras Walson sorteaba una dificultad geográfica en la distribución de la señal, los cordobeses, sorteando una dificultad legal, corrieron hacia ciudades próximas donde la televisión no llegaba y sin embargo, suponían que habría condiciones para su desarrollo.

Lo que en Pensilvania generaba la montaña, parecían generarlo aquí los espectros del peronismo y el comunismo, limitando el acceso a las frecuencias hertzianas aunque tras ellas sólo hubiera fines comerciales. El supuesto se ve justificado por la enorme cantidad de casos que a lo largo de los años fueron intentando entrar al negocio por vía del cable, única forma que la ley no limitaba y que en los inicios, sólo requería una habilitación municipal para el tendido de cables.

Si bien en Río IV Aeschlimann nunca puso en marcha el emprendimiento, en San Luis Cometto desarrolló con éxito “Mercedes Sonovisión”, mientras en Salta comenzaba a operar “Sonovisión Canal 3” donde además de José Saicha y Armando Caro fue un impulsor Roberto Romero dueño del diario *El Tribuno*, sentando otro germen de multimedia. En Villa María se creó “Varcín Canal 2” de Juan Carlos Vartalitis y Alberto Cinta.

La importancia económica de estos emprendimientos debe medirse no sólo en la movilización de una renta a partir del abono al servicio, sino también porque “*prácticamente todos los equipos necesarios para llevar canales a una casa fueron fabricados por argentinos*”³¹. Vartalitis y Cinta del canal de Villa María fabricaban los receptores de radio “Liancalos” Los salteños Saicha y Caro fabricaban transmisores y antenas de radio. Marcos Huller y Carlos Muscio –también de Salta- fabricaban transmisores de TV de baja potencia bajo la marca Deneb. Los cordobeses de Villa Cabrera poseían Teleco. La TV por cable impulsó también la fabricación de cable coaxial en el país.

Así fueron naciendo los circuitos cerrados de TV, a partir de antenas comunitarias que captaban las señales de los canales de Buenos

³¹ ATVC; Asociación de televisión por Cable, [En línea]. Dirección URL: www.atvc.org/revista/abril04/index2.htm. [Consulta realizada en 2006].

Aires o los nacientes del interior (si estaba cerca de esas ciudades), para luego reenviarlas por cable a los vecinos conectados. Las localidades más aisladas en cambio lo hicieron a partir de combinar unas muy precarias producciones propias, generalmente de carácter periodístico, complementadas con otras externas, que se obtenían en filmico de 16 mm. para completar las programaciones que emitía “*sólo un canal, algunas pocas horas del día y, muchas veces, con problemas técnicos que dejaban sin señal al abonado*”³².

La constante fue una programación de muy pocos programas propios y algo que obtenían “enlatado”³³. Recordemos que por entonces la producción de contenidos, lejos de ser un negocio, era una verdadera limitación. El negocio de la televisión aparecía económicamente promisorio en cambio para la actividad ligada a la electrónica.

Yanerópulos de Imperio TV de Río IV provincia de Córdoba afirma

En el año de inicio de las actividades, el negocio en el interior era vender televisores. Durante el segundo y tercero los ingresos fuertes pasaban por el abono y algo de la publicidad. A partir del cuarto comenzó una estabilidad sin crecimiento³⁴.

Pese a todas las dificultades, entre 1964 y 1968 se instalaron en el país 29 sistemas de TV por cable que esperaban el momento en que la ley les permitirá convertirse en canales de aire; pero cuando en 1967 Onganía impulsó la ley 17.283 que abriría el juego para la creación de repetidoras, todo se hizo con especial omisión de lo actuado hasta entonces por los jóvenes cableoperadores. O quizás más que omisión, debería hablarse de una especial animosidad ya que, de las veintitrés frecuencias que se adjudicaron a las repetidoras, once fueron en ciudades donde ya existía un cableoperador, y además, para todas se asignaron las frecuencias bajas (entre 2 y 6) que eran las que usaban los cables. Se llegó incluso a situaciones como la de la provincia de la Pampa en cuya capital, Santa Rosa donde no había televisión, no se adjudicó ninguna repetidora, mientras que se adjudicaba una en la segunda ciudad, General Pico, donde tenían TV por cable³⁵.

Ante competidores que ahora “regalaban” los mismos contenidos y más aun, los pioneros del cable tuvieron enormes dificultades para sobrevivir... cuando lo lograron. Mucho dependió del ingenio: Imperio TV de Río IV por ejemplo, a modo de respuesta amplió el horario de emisión y, al igual que la gente del canal de Villa María (Córdoba) y

³² Ibidem.

³³ Nombre dado en la jerga para los productos audiovisuales que se compraban a distribuidores o a otros canales.

³⁴ Ibidem.

³⁵ Ibidem.

tantas otras localidades, hicieron acuerdos con camarógrafos que filmaba los partidos de fútbol de Buenos Aires, en 16mm. y los mandaban al interior donde se emitían diferidos. Del mismo modo, mediante un sistema llamado Kinescopio filmaban desde un televisor, en Buenos Aires los programas de gran audiencia y los emitían después en el cable, todo antes que las repetidoras de los canales del interior.

Una regulación estatal poco preocupada por la justicia, carencia de políticas de estímulo al desarrollo de la industria televisiva, grandes asimetrías en las posibilidades de acceso y mucha picardía criolla para sobrevivir, parecieron ser las variables de una ecuación imposible si se pretende un razonable desarrollo del audiovisual. Ni hablar si además de su carácter industrial, esperáramos de su desarrollo un fuerte aporte a valores educativo culturales.

Durante más de veinte años la televisión por cable siguió ocupando un lugar absolutamente marginal, con pocas horas de transmisión y una calidad de producción muy distante de la que dominaba en los canales de aire. Eran una miríada de pequeñas empresas dispersas y sin demasiada relación entre ellas.

Los años '70

PRIMER ACTO

Sobre el final de la década de los sesenta, la gran tensión que la sociedad argentina vivía entre peronismo y antiperonismo parecía pronta a resolverse definitivamente.

Era un tiempo promisorio pese a que algunos indicios (y algunos grupos) invitaban a pensar que tras dieciocho años de exilio, se jugaba algo aún más profundo que el regreso de Perón. O mejor dicho, que el regreso era una movida -y no una movida más- en el juego de la distribución de la renta, el de la conflictiva relación capital-trabajo y el juego de la Guerra Fría, es decir el eje este-oeste.

Que la tensión superaba con creces la cuestión peronismo/antiperonismo, se pondría de manifiesto a medida que el conflicto al interior del movimiento se hiciera cada vez más inmanejable. Pero en ese momento, todo invitaba a pensar que cicatrizaba la herida abierta en 1955.

El “espíritu” del final de los sesenta, especialmente en las clases medias era romántico, cargado de promesas emancipatorias con evidencias incontrastables.

El cordobazo adquirió un carácter emblemático con una policía que finalmente debe replegarse ante la presión incontenible de estudiantes y obreros que ahora se encuentran codo a codo en las calles superando definitivamente inaceptables antinomias entre libros y alpargatas. Y luego del secuestro de Aramburu y un par de operativos armados posteriores, (de dudoso éxito como el operativo de La Calera en Córdoba), en muy poco tiempo la guerrilla comenzó a ganar la adhesión de miles de jóvenes y no tan jóvenes de clase media.

Y lo que fue haciéndose evidente es que la política no se erradicaba por decreto. Que las luchas por el poder podían tomar cauces y asumir escenarios diferentes, especialmente violentos cuando se pretende negarles todo escenario.

El modelo de ascenso social propuesto a los sectores medios y la posibilidad de recorrerlo efectivamente entraban en creciente con-

tradicción. Esta creciente contradicción era observada con creciente desasosiego por sus destinatarios naturales¹.

Los militares argentinos no habían generado un crecimiento económico “a la brasilera” aunque habían pedido todos los sacrificios a la mayor parte de la población y no solamente a los asalariados. Luego del *Cordobazo*, el recambio de Krieger Vasena por Dagnino Pastore en economía no cambió nada. Hasta la Sociedad Rural se enfrentó al gobierno cuando se favoreció a los frigoríficos exportadores de carne, en su mayoría propiedad de empresas extranjeras².

A mediados de 1970 la junta destituye a Onganía y lo reemplaza por Levingston, otro militar azul que en el marco de un resurgimiento continental del nacionalismo incluso dentro de las FFAA dará un golpe de timón llevando nada menos que a Aldo Ferrer al ministerio de economía. Eso no alcanzó para ganarse a la burguesía nacional ni a la dirigencia sindical, pero sobró para enfrentarse con el sector financiero y las grandes empresas que se beneficiaron con Onganía. Inflación, aislamiento, falta de carisma, la intención de sortear a los viejos políticos armando una nueva opción sin sustento y, especialmente, un segundo *Cordobazo* hicieron el resto³.

En menos de un año Levingston había logrado convertirse en ex presidente y lo sucedió Alejandro Lanusse quien restableció la actividad política suspendida por Onganía y anunció el inminente llamado a elecciones libres. Sin proscripciones. Las FFAA vieron en él un ejemplo de democracia, capaz de convertirse en el nuevo presidente electo, por vía de un Gran Acuerdo Nacional (GAN). Pero la situación nacional se definía por una complejidad que, evidentemente o no en ese momento, no ofrecía un cauce manso para desagotar las aguas de la tempestad.

La economía, aunque sin fanfarrias, retomó la línea que tuvo durante el gobierno de Onganía con su regresiva distribución⁴ lo que le restaba al régimen mucha simpatía. La sucesión de golpes palaciegos sin visos de solución, sin un norte visible, y luego de años de tratar de amordazar lo político como si el poder pudiera condensarse y guardarse en los cuarteles, extendían el descontento por todos los rincones y hacían de los estallidos de violencia moneda corriente.

Durante el gobierno de Lanusse se produjeron verdaderos levantamientos populares (...) *que movilizaron a todas las clases sociales. De-*

¹ HOROWICZ, A., *Los cuatro peronismos*, Op. Cit., pág. 211.

² ROUQUIÉ, A., *Poder militar y...*, Op. Cit.

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*.

*cisiones burocráticas (...) y torpezas autoritarias provocaron estallidos sociales en poblados hasta entonces apacibles*⁵.

Y además, estaba “la juventud maravillosa” que crecía velozmente en número de simpatizantes tanto como en la concreción de acciones armadas espectaculares. Desde los montoneros hasta la guerrilla guevarista del ERP, cuyos orígenes deben rastrearse respectivamente en la derecha nacionalista y un giro particular del trotskysmo, se definió todo un arco de organizaciones armadas (FAL, FAP, FAR, y otras por venir) que desde luego no operaban impunemente sino enfrentando un aparato represor clandestino administrado desde el Estado y que años después alcanzaría un desarrollo memorable.

La Masacre de Trelew es un ejemplo que Horowicz lee en clave de un mensaje a Perón, escrito en el cuerpo de una veintena de guerrilleros que por entonces, el General reivindicaba y supo utilizar⁶. En *La Hora del Pueblo* Rouquié, por su parte, lee el final de la antinomia peronismo-antiperonismo en el arco político. La firma de ese pacto reunió a peronistas y radicales, además de algunos socialistas, demócrata progresitas y conservadores entre otros para exigir, al más corto plazo, la realización de elecciones libres. Así, agrupando aquí lo que antes estuvo separado, el eje del conflicto se fue trazando entre civiles y militares.

Que el papel estelar del lado civil estuviera a cargo de un insigne militar (“el general”), parece hoy, a la distancia, una de esas claves que el guionista pone en el relato y que en los capítulos siguientes el televidente “descubre” como un aviso, un adelanto de lo que sucedería. Pero conviene no olvidar que la historia no sigue un guión y que sólo se la mira desde el sillón cuando ya no se la actúa.

Eso no significa tampoco, que nadie viese, que ni todos los civiles estaban unidos, ni estaban enfrentados en bloque al partido militar, ni que el partido militar no empezaba y terminaba al interior de los cuarteles. Pero la antinomia civiles-militares puede concebirse como la sensación dominante y la clave de interpretación del sentido común de la época.

En estas elecciones no hubo proscriptos aunque la cláusula de residencia⁷ impidió que Perón fuera el candidato; algo que el viejo general

⁵ ROUQUIÉ, A., *Poder militar y...*, Op. Cit., pág. 291.

⁶ En la revista *Panorama* del 30 de junio de 1971 Perón declara que “*La vía de la lucha armada es imprescindible. Cada vez que los muchachos dan un golpe, patean para nuestro lado la mesa de las negociaciones y fortalecen la posición de los que buscan una salida electoral limpia y clara*” (Citado en <http://www.lucheyvuelve.com.ar/General/elregresodellider.htm> descargado el 15 de septiembre de 2009)

⁷ Para ser candidato, era condición estar radicado en territorio argentino desde el 25 de agosto de 1972.

sorteó con elegancia. Fue su delegado personal Cámpora quien asumió el gobierno tras las elecciones del 11 de marzo de 1973. *Cámpora al gobierno, Perón al poder* fue el cántico con el que sus partidarios se burlaban de la restricción. De hecho en muy poco tiempo Cámpora presentó la renuncia para ser brevemente reemplazado por el presidente de la Cámara de Diputados Raúl Lastiri -a la sazón yerno de López Rega. Y en un nuevo llamado a elecciones el viejo caudillo asumiría por tercera vez la presidencia del país.

“Perón Evita, la patria *peronista*” cantaban sus seguidores.

“Perón Evita, la patria *socialista*” cantaban sus seguidores

Pero entre unos y otros seguidores se visualiza clara una línea de puntos que en poquísimo tiempo se trazará a sangre y fuego. Los hechos de Ezeiza fueron quizás *lavant premier*. Y a partir de allí, hubo un nuevo eje como “parteguas” de las luchas sociales; es el tercero en menos de veinte años y se formula como izquierda/derecha, luego de haber pasado por los pares “peronismo/antiperonismo” y posteriormente “civiles/militares”.

La vuelta del peronismo instaló a José Ber Gelbard en el Ministerio de Economía y un plan que no perdió el rumbo en ningún momento “*para Gelbard la alianza entre la burguesía industrial y la producción estatal era la madre del borrego*”⁸. Ese sería el camino de desarrollo de la burguesía nacional que debía solventarse con créditos, consumo interno y transferencia de la renta agropecuaria. En eso consistió el “pacto social” que finalmente nadie sostendría⁹.

En síntesis, un proyecto pacífico y consensuado para cambiar la correlación de fuerzas en el campo del poder, fundado en la fe de que los que estaban llamados a perder la posición dominante colaborarían con ello, mientras los perdedores de siempre aceptarían gustosos, sólo las mejoras necesarias para asegurar el plan de hegemonía de los industriales.

Según Murmis y Portantiero, la industrialización de Argentina no se da en el marco de una lucha entre la burguesía ascendente y las viejas clases propietarias rurales asociadas al comercio exterior. Se da con la anuencia de la gran burguesía agraria y financiera, esta última desarrollada a partir de la propiedad territorial.

Esto invita a pensar que se trataba de una transformación en el patrón de acumulación que se manifestó interesante para todos, pero que en el “combo” traía una nueva clase como protagonista político a la que los grupos de poder no quisieron o no supieron integrar.

⁸ HOROWICZ, A., *Los cuatro peronismos*, Op. Cit., pág. 235.

⁹ Ibidem

Más de medio siglo después y conforme a los intereses de estas líneas, surge la pregunta sobre las posibilidades e imposibilidades de valerse de los medios de difusión para operar sobre ese consenso necesario. Pero en política las preguntas del tipo “¿cómo hubiera sido si...?” no suelen conducir a territorios fértiles. Además, quizá, sólo a modo de hipótesis, se podría pensar si no era eso precisamente lo que intentaba Perón con la centralidad que le dio a la radio y su claro apoyo al desarrollo de la TV. Pero lo que importa es lo que fue.

Aunque como análisis histórico estas líneas son absolutamente deficientes, asumo que en este contexto pueden resultar exageradas, pero sería imposible hablar de los medios de difusión en general y en particular de la TV (recursos centrales en las luchas simbólicas) durante este período y en lo venidero, sin una idea mínima de lo que se jugaba y el grado de tensión alcanzado en el juego.

Casi toda América Latina ardía al calor de la Guerra Fría, con la proliferación de grupos nacionalistas, antiimperialistas, revolucionarios marxistas, religiosos tercermundistas... En Argentina, los tradicionales actores de la lucha de clases “de puertas adentro” se encontraban bajo un campo de fuerzas que los alineaba o desalineaba con movimientos de mucho mayor alcance.

Censura, represión y control político por todas las vías posibles eran moneda corriente en un escenario que, al transformar las reglas del juego, lo hacía más difícilmente manejable y allí, en el ojo de la tormenta estaba la TV. Puesta en manos de gente de confianza de la libertadora que en poquísimo tiempo vio retirarse a quienes le dieron el respaldo desde lo económico (las cadenas norteamericanas) y a quienes le dieron el respaldo desde lo político (el antiperonismo con botas).

Si bien a los canales capitalinos habían llegado nuevos socios y nuevos directivos, aún las empresas licenciatarias eran las elegidas por las intrigas de Aramburu y los recién llegados todavía supieron acompañar y atender con caballerosidad los deseos del partido militar que directa o indirectamente no había dejado de gobernar o cogobernar en ningún momento.

Como ya señalé, a media que en ese bloque de poder fueron profundizándose sus fisuras, los canales de TV fueron mostrando otra disposición en sus contenidos y esto quizás tenga que ver con una mayor libertad o con nuevas disposiciones de quienes tenían a su cargo la tarea de producir y de seleccionar programación. Pero sin dudas tuvo mucho que ver también con la necesidad de preservar una audiencia que en pocos años empezaba a mirar la realidad con otros ojos.

Hubo ciclos memorables como *Cosa Juzgada* (Canal 11-1969/1971) que recreaba hechos policiales reales. *Rolando Rivas Taxista*, una tele-

novela escrita por Alberto Migré (Canal 13-1972/1973) que fue un hito dentro del género y supo combinar la ficción con elementos realistas de candente actualidad. Entre 1969 y 1971 especialmente la TV argentina conoció un gran momento, con una altísima proporción de programación producida en Buenos Aires. La llegada de la tecnología satelital permitió también fascinar a una audiencia que no sólo pudo sorprenderse viendo “en vivo” a Neil Armstrong sobre la superficie lunar, sino también a Nicolino Locche defendiendo su título mundial de box. La audiencia y el encendido crecieron tan abruptamente como la cantidad de producciones de ficción, uno de los géneros más difíciles de abordar en televisión, pero también los shows, los programas especiales y memorables programas humorísticos.

Sin dudas ese fue un momento clave para la TV argentina. Todo parecía indicar que ciertas decisiones políticas podían sentar las bases para un desarrollo temprano y poderoso de una gran TV comercial, en formaciones multimedia, y trabajando en redes nacionales como estaba sucediendo en Brasil, México o Venezuela.

Sin embargo, no se logrará un polo de producción y exportación. Para Susana Mazziotti, las causas deben buscarse en “*la cercana caducidad de las licencias de los canales, las complicaciones de la economía argentina y posteriormente la dictadura militar*”¹⁰. Condiciones que limitaron también la formación de multimedios a pesar de que Héctor Ricardo García y la familia Vigil hacen esa apuesta como ya dije y que García ratifica cuando compra un paquete minoritario de acciones de canal 13. Hecho que además muestra la temprana ambigüedad del concepto de “competencia”.

Si se tiene en cuenta lo adverso del momento para la industria nacional y la economía en general, no habría razones para esperar de la industria audiovisual un desarrollo diferente más allá de la próxima caducidad de las licencias. No obstante, el tema de las licencias fue muy urticante, debido a que ellas habían sido otorgadas por quince años que, según se desprende de la reglamentación de la ley en 1965, se contaban a partir del comienzo de las transmisiones, es decir, 1960 y 1961 según el caso. Sin embargo, durante la presidencia de Lanusse mediante el decreto 6708 del 2 de octubre de 1972, se retrotrae la cuestión a lo establecido originalmente para contabilizar los 15 años a partir de 1958 cuando tuvo lugar el otorgamiento. Así las cosas, en sólo un año, más precisamente para abril de 1973, los empresarios de la TV las verían caducar.

¹⁰ MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, Op. Cit., pág.31.

Y así fue. El 8 de octubre de ese año y justo cuatro días antes de que Perón asumiera por tercera vez como presidente argentino, el presidente provisional Lastiri firmó el decreto 1761/73 declarando la caducidad de las licencias de los tres canales privados capitalinos, el de Mar del Plata y el de Mendoza, asignando al Estado la responsabilidad de reasumir el servicio que había concedido¹¹.

Nada impide imaginar que esta decisión podría haber marcado el inicio de una notable televisión pública, de fuerte carácter social y cultural, con todas las posibilidades que ofrecen ciertas estrategias de crecimiento a partir de otros estímulos, por fuera de la competencia por el rating. Pero la TV argentina, al final de este proceso, demostró su capacidad para no ser “ni lo uno, ni lo otro”. La crisis del petróleo, la muerte de Perón, los jirones y las esquivas del peronismo, la debilidad de la burguesía nacional, la paranoia del bloque dominante y todo cuanto se pueda agregar, pareció converger en esos años para abortar el negocio televisivo, sin llegar siquiera a concebir algo que mereciera llamarse una televisión pública.

Pero no nos adelantemos; del primer tramo de la década quiero remarcar la recuperación de las licencias por parte del Estado y el Decreto Ley de Telecomunicaciones 19.798/72 donde por primera vez “*la televisión por cable comenzó a ser tenida en cuenta como un servicio especial de radiodifusión*”¹².

¹¹ MORONE, R. y CHARRAS, D., “El servicio público que no fue. La televisión en el tercer gobierno peronista”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005.

¹² ALBORNOZ, L. Et. Al., “La política a los pies del mercado: la comunicación en la Argentina de la década de lo 90” en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (ed.), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Biblos, 1999, Buenos Aires, pág.141.

Los '70

SEGUNDO ACTO

El nuevo gobierno no parece traer una posición clara respecto a qué hacer con la TV o al menos, como en el resto de la política, la multiplicidad de expectativas y las enormes tensiones dificultan que inicialmente su orientación se manifieste con mucha claridad.

Que en Gaspar Campos Perón le diga a la “juventud maravillosa” que su mediador con ellos sería José López Rega¹ o que los montoneros poco después acribillen a Rucci, evidencia que la masacre de Ezeiza² no respondió a un estado de ánimo pasajero sino a la emergencia de un conjunto de tensiones difícilmente reconciliables que, para colmo, coexistían dentro del mismo movimiento peronista.

En ese contexto no es sorprendente que, cuando en mayo de 1974 Perón convocó a la casa de gobierno a los gremios vinculados a la TV “mezclara argumentos estatistas y privatistas generando cierta confusión entre sus interlocutores”³. O que el resultado del encuentro pueda resumirse en una frase del general: “esto lo deben resolver ustedes que son los que conocen el problema”⁴.

Tampoco Perón parecía ver en los medios una clave de las posibilidades de su gobierno, o al menos eso parece manifestar cuando dice:

En 1945 todos los medios masivos de comunicación estaban contra nosotros y ganamos las elecciones. En 1955 todos estaban a favor nuestro, porque eran nuestros la mayor parte, y nos echaron, y en

¹ HOROWICZ, A., *Los cuatro peronismos*, Op. Cit.

² El 20 de junio de 1973 mientras se esperaba el regreso definitivo de Perón en el aeropuerto de Ezeiza, tuvo lugar un sangriento enfrentamiento entre sectores armados de la derecha e izquierda pertenecientes al mismo movimiento. Con el tiempo, el hecho se interpretó como un “presagio” de lo que sucedió a lo largo del tercer gobierno peronista.

³ MORONE, R. y CHARRAS, D., “El servicio público...”, Op. Cit., pág. 140.

⁴ Ibidem, pág.140.

1972 estaban todos contra nosotros y les ganamos por el sesenta por ciento^{5 6}

Perón sabía jugar con el tiempo y, para esto, se valió de él todo el tiempo que le quedaba. Los gremios ligados al quehacer televisivo, con el apoyo de la Secretaría de Prensa y Difusión de la Nación, se enfrentaban con los empresarios de la TV en infatigables cruces de acusaciones, manifiestos y solicitadas. Dentro de los canales, las asambleas estaban a la orden del día e incluso desde el ascenso de Cámpora hubo repetidas “tomas” de los canales por parte de sus trabajadores o agrupaciones políticas.

Sin embargo, la indefinición llevó a que se prorrogaran a las empresas la administración de las licencias, primero hasta el 28 de abril de 1974 y luego hasta el mes de junio del mismo año⁷. Se las prorrogó tanto como la vida del viejo líder, de modo que tras su muerte, las frecuencias y toda la TV como tantas cosas, se transformaban en la herencia en disputa.

Por fin entonces el problema cobró toda su dimensión empírica; algo que muchos habían teorizado y que Frondizi intentó sin éxito. Llegaron los días del “peronismo sin Perón”. El sueño de varios empezaba a materializarse y haría falta muy poco tiempo para que se manifestara con toda la fuerza de una pesadilla.

El peso de los gremios era enorme y al respecto de la TV, la posición era casi unánime: La estatización. La presión sobre la “compañera presidenta” fue clara y se efectuó en nombre de patrimonio cultural, la educación, la penetración ideológica y las fuentes de trabajo, todo esto amenazado por los ex permisionarios y su afán de lucro. El peso de los ex permisionarios se hacía oír no sólo a través de los canales de TV sino también de la mayoría de otros medios propios y solidarios. Pero el Poder Ejecutivo -que también es decir Lopez Rega- se inclinaba por la estatización y el último día del primer mes sin Perón, el 31 de julio de 1974, Isabel firma el decreto 340 interviniendo los cinco canales (de Buenos Aires, Mendoza y Mar del Plata), estatizando sus bienes inmuebles, repetidoras e incluso las productoras. El Estado finalmente se quedó con los bienes de las productoras, aduciendo enormes deudas de los licenciatarios con el fisco⁸. Ricardo Balbín, referente de la principal fuerza de oposición, se manifiesta en contra de la medida pero para

⁵ Ibidem.

⁶ CIMCAT (Centro de Investigación en Comunicación Masiva, Arte y Tecnología) *“Por una radiodifusión al servicio del pueblo. La radiodifusión al servicio del pueblo”* Cuaderno N° 1, Buenos Aires, 1974.

⁷ MORONE, R. y CHARRAS, D., “El servicio público..”, Op. Cit.

⁸ MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, Op. Cit.

mediados de agosto, José López Rega tiene ya a un hombre próximo, José María Villone, como Secretario de Prensa y Difusión lo que marca su avance sobre los medios; aunque en ese confuso escenario, la nominación de Villone fue a las postres una más, dentro de una continua serie de recambios.

Para quien sólo daba cuenta de la TV como espectador, casi nada había cambiado. Sólo un poco más de control aún sobre la información y en cuanto al resto, los programas de siempre. En síntesis, una TV gubernamental por sobre cualquier forma de televisión pública y para colmo, la de un gobierno que no encontraba sus condiciones de posibilidad: “*Tres semanas antes de su muerte, el general había intentado reflotar el pacto social, que hacía agua de los cuatro costados*”⁹.

Entonces, nada pareció conjugarse a favor del nacimiento de una nueva televisión pública y menos aún de seguir un rumbo cultural cuyo correlato político económico nadie parecía poder definir.

Menos de tres meses después, el 21 de octubre del 1974, Gelbard renunciaba a su cargo y el Ministerio de Economía daba un golpe de timón rumbo a ninguna parte.

La juventud maravillosa ya había pasado a ser “*esos imberbes*”¹⁰ expulsados de Plaza de Mayo y replegados cada vez más sobre un accionar militar crecientemente aislado de toda base política. Después, Isabel encomendaría a las FFAA el “exterminio” de la subversión en Tucumán mediante lo que dio en llamarse el Operativo Independencia y la Iglesia bendijo las armas de los militares que partían a salvar a la patria del judeo marxismo internacional. El clima de época había cambiado nuevamente.

La fórmula del pleno empleo se hacía insostenible y el movimiento obrero empezó a sentir la contradicción entre sus intereses y la política de su partido.

López Rega empezaba a apoyarse en los sectores más concentrados de la actividad industrial y financiera mientras el salario caía de manera sostenida. A mediados de 1975 el salario había perdido más de un 20% desde junio de 1973¹¹. El peronismo va perdiendo sus históricas bases sin lograr nada para reemplazarlas y entonces, luego de marchas y contramarchas, el 2 de junio de 1975 se hace cargo del Ministerio de Economía el Ingeniero Celestino Rodrigo cuya política trascendió como *El Rodrigazo* y consistió en una enorme devaluación y un siste-

⁹ HOROWICZ, A., *Los cuatro peronismos*, Op. Cit., pág. 244.

¹⁰ Perón, a días de su muerte en el acto del día del trabajador, hablando desde el balcón hacia la multitud reunida en Plaza de Mayo, trató a montoneros de “estúpidos imberbes” provocando una retirada masiva de militantes.

¹¹ HOROWICZ, A., *Los cuatro peronismos*, Op. Cit.

ma cambiario diferencial para las distintas ramas de exportación, que hacía de los asalariados el gran damnificado. Se recuperaba con eso la patriótica tendencia de trasladar los ingresos hacia los exportadores.

El 18 de junio de 1975 Isabel firma el Acta de Compromiso con la industria automotriz estableciendo la reinversión de ganancias a cambio de diversas medidas y, en particular, liberación de precios que entonces darán saltos jamás vistos, con un incremento de los combustibles del orden del 175% y todo tras ellos.

Ese mismo 18 de junio se sanciona la Ley 20.996/75 mediante la cual se concreta la expropiación de las productoras y los cinco canales (incluidos los de Mendoza y Mar del Plata). Un reclamo, en el que los gremios fueron actores principales, se había hecho oír. Aparentemente esta decisión era la clave para poder pensar la nunca pensada televisión argentina como servicio público. Era la demanda de todos los sindicatos ligados al quehacer televisivo. Era la gran expectativa de muchos trabajadores que mediante sus organizaciones confiaban en poder hacer una nueva televisión argentina. Pero en muy poco tiempo esa Argentina había devenido otra, y otro el lugar del movimiento obrero.

La TV pública nunca fue y en realidad ni siquiera llegó a ser una televisión de gobierno porque para eso, el requisito principal es tener un gobierno... y lo que había, era apenas un desquicio sentenciado.

Diez días después de la sanción de la ley tan esperada y en medio de una inflación por entonces inimaginable, un decreto invalida las negociaciones paritarias que habían logrado los metalúrgicos y esa es la chispa que enciende el polvorín. La CGT lanza un paro y es la primera vez en la historia política nacional que las 62 Organizaciones, que la CGT, con absoluta unanimidad, lanzan un paro contra un gobierno peronista, contra el plan de Celestino Rodrigo y contra López Rega.

El resto es una historia de recambios de Ministros de Economía y el alejamiento de López Rega que desaparece a tiempo. El primer levantamiento golpista tiene lugar a fines de ese mismo año, iniciado en Córdoba por el Brigadier Orlando Capellini, pero el resto de las fuerzas lo consideró inoportuno. Al comenzar el año siguiente en cambio, tuvo lugar el golpe de estado exitoso; el que termina con el gobierno de Isabel y cuya exquisita eficiencia logra por fin intervenir y va a revertir las condiciones económicas que habían generado una nueva clase, disputando su ingreso a la vida política nacional.

Sería el golpe más feroz, el más sangriento, el más represivo que recuerda la historia argentina. Un golpe para el que la represión y el asesinato será insuficiente.

Un golpe genocida que sostuvo, como ministro de economía, al nieto del fundador de la Sociedad Rural y que tuvo un contexto inter-

nacional muy propicio, (algo que finalmente también logró destruir). Este nuevo gobierno militar, que se caracterizó por la más férrea prohibición y persecución de toda opinión crítica, se encuentra con los principales canales y con casi toda la producción televisiva en sus manos.

Las luchas de gremialistas y personalidades de la cultura, para que los canales de televisión fueran estatales, se coronaba con el más macabro de los éxitos: Estaban en manos del Estado; es decir, de la dictadura militar.

Los '70

TERCER ACTO

Sólo enumerar las condiciones que hicieron posible el golpe de 1976 daría lugar a un listado alucinante. Pero la necesidad de puntualizarla en dos palabras nos lleva inexorablemente tanto al plano local como al internacional.

Aquí, como puede inferirse de lo expuesto, debe contabilizarse primero la crisis política abierta con el cambio de un modelo de acumulación (la industrialización por sustitución de importaciones) que -entre otras imposibilidades- no logró engranar con una democracia capaz de asegurar los consensos mínimos necesarios, ni con una dictadura capaz de imponerlos por otra vía. El peronismo, gran promesa para unos y gran amenaza para otros, había fracasado y el porvenir político sólo parecía tener la forma de un gran signo de interrogación.

Argentina tenía dos partidos en condiciones de movilizar sus mayorías. El radicalismo, en sus dos versiones, La Unión Cívica Radical del Pueblo y la Intransigente (UCRP y UCRI), habían dado muestras de su incapacidad para construir un consenso capaz de constituirlos como el bloque de la industrialización y la modernización que enfrentara al tradicional bloque de la producción primaria, el comercio exterior y la renta financiera. No pudo Yrigoyen, no pudo Frondizi y no pudo Illía. El Dr. Balbín, referente nacional de la UCR durante el último gobierno peronista, no pudo siquiera llegar a presidente.

El peronismo había fracasado en 1955 y a partir de 1974 fue menos un partido, o un movimiento nacional, que una caricatura de la Caja de Pandora.

La ruptura entre el peronismo y sus bases, tras el Rodrigazo y la deslegitimación del gobierno, se agravaba por la crudeza de la violencia política debida en parte a los grupos armados que habían perdido todo contacto con los sectores obreros y deliraban con el levantamiento del pueblo (Montoneros mantuvo esta idea hasta bastante después, con la fatídica contraofensiva que planeaba a principio de los '80) y no menos delirante fue la expectativa de guerrilla rural del ERP. Pero en esto fue

más grave aún, que el Estado democrático y legal respondiera con feroces grupos parapoliciales que operaban tan al margen de la ley como la policía misma.

Y allí estaban las Fuerzas Armadas que, con lo actuado a lo largo de casi medio siglo, habían logrado naturalizar su derecho a participar políticamente, representando a esas clases que, a su enorme poder económico no lograban convertirlo en hegemonía política.

El contexto internacional no era menos desalentador para la agonizante democracia ya que, si en la Argentina no se lograba consenso político adecuado al modelo de acumulación vigente, nada podía esperarse cuando ese modelo tenía que vérselas con una crisis económica internacional de magnitud.

El primer lustro de los años setenta estaba marcado por la clausura de un excepcional período expansivo de la economía mundial –especialmente en el mundo capitalista desarrollado– que, iniciado durante la posguerra de los años cincuenta, evidenciaba su final por medio de una considerable desaceleración de los índices de crecimiento¹.

El “orden militar” se presenta entonces –es presentado por los sectores interesados entre los que la prensa y los medios de difusión no fueron protagonistas menores– como la única alternativa viable ante ese vacío de poder, pero especialmente ante la temible amenaza de una guerrilla –que en realidad agonizaba– lista para entregar nuestra patria y nuestra dignidad a los soviéticos, cuya monstruosa maldad no impidió que fueran los principales clientes comerciales en el mercado exterior durante buena parte del gobierno militar.

Las FFAA dieron el golpe de manera conjunta y coordinada, constituyendo una junta militar con tres representantes –uno por fuerza como autoridad suprema (incluso por sobre la Constitución Nacional). Así se dio comienzo al llamado Proceso de Reorganización Nacional. La junta nombró un presidente (El general Jorge Videla quien era a su vez el representante del Ejército, el sector de mayor peso en las FFAA); se intervino el Poder Judicial, se suspendió el funcionamiento del Congreso creando una Comisión de Asesoramiento Legislativo, se suspendió toda actividad partidaria y sindical, se intervino la CGT, se mantuvo el estado de sitio que ya había declarado Isabel Perón y se instaura la pena de muerte que el gobierno no se privará de aplicar en unas treinta mil oportunidades, aunque pese al recurso legal disponible, optó siempre por la vía clandestina.

¹ BENÍTEZ, D. y MÓNACO, C., “La dictadura militar 1976-1986”, *Red interdisciplinaria de estudios sobre historia reciente*, [En línea]. Dirección URL: www.riehr.com.ar [Consulta realizada el 5 de setiembre de 2009]. Pág. 1.

Se trataba de reorganizar –reencauzar- a Argentina por la senda de la tradición “occidental y cristiana”, a cualquier precio. Poniendo fin a un ciclo iniciado en 1946 que –y esto no necesitaba demostración- había sido la causa del desquicio nacional. En pocas palabras, se trataba de una restauración a ultranza; aunque no se la presentara con todas las letras, era algo emparentado con la restauración de la república oligárquica.

Pero desde luego, no se trataba sólo de una reorganización política sino también –y especialmente- económica, orientada a imponer un nuevo patrón de acumulación que, entre otras cosas, debía reemplazar a la pretendida y nunca consolidada burguesía industrial nacional y con ella a un sector asalariado con suficiente capacidad de consumo como para constituirse en el indispensable mercado interno.

No era sólo un recambio político para beneficio del bloque hegemónico sino la decisión profunda de zanjar todo debate sobre la redefinición de ese bloque, de modo que en realidad no se trataba como se dijo y se dice, de un gobierno militar, sino de un golpe cívico-militar que puso a un General del Ejército frente al Poder Ejecutivo Nacional, y a un hijo dilecto de la Sociedad Rural, frente al ministerio de economía; en el Dr. José Alfredo Martínez de Hoz confluían los intereses más concentrados del sector agropecuario y la renta financiera.

Su plan económico requería decisiones políticas muy firmes. Y esa política requería desmovilizar a grandes sectores de la nación.

La ley 21161 de marzo de 1976 suspendió el derecho de huelga; la ley 21274 decretó la prescindibilidad de los empleados públicos; la ley 21278 suspendió la vigencia del Estatuto Docente y se modificó la ley de contrato de trabajo. La ley 21356 prohíbe las elecciones sindicales, las asambleas y en general toda actividad de tipo gremial². Semejante mordaza al movimiento obrero, junto a unos treinta mil detenidos desaparecidos, la aplicación sistemática de la tortura y un número incalculable de exiliados externos e internos³ fueron las condiciones de posibilidad para el sostenimiento del gobierno y su política. Sin negar claro la ayudita que significó el respaldo de las potencias internacionales.

² RÍOS, S., “El movimiento obrero durante la última dictadura militar, 1976-1983”, 2006, *Red interdisciplinaria de estudios sobre historia reciente*, [en línea], dirección URL: <http://www.riehr.com.ar/detalleInv.php?id=15> [consulta realizada en setiembre de 2009]

³ Una gran cantidad de activistas gremiales, estudiantiles y políticos debieron abandonar sus ciudades y sus provincias, reubicándose en otras regiones del país que les permitieran cierto anonimato con lo que, en la mayoría de los casos, perdían su vinculación con las organizaciones en las que actuaban o, cuando menos, todo el trabajo gremial o político y la mayor parte de su capital social políticamente válido.

les⁴, una alianza continental para la persecución y exterminio de opositores, llamada “Plan Cóndor” y el apoyo o el silencio de la mayor parte del arco político nacional.

Con estos recursos se fueron haciendo posibles dos líneas de acción económica: La apertura del mercado interno a la competencia exterior y la liberalización del mercado de capitales. Quiero insistir en que la industria y los asalariados eran el jamón del sándwich, porque “*el bloque dominante necesitó modificar el patrón de acumulación como salida a la crisis de estancamiento del modelo de sustitución de importaciones*”⁵.

El sector industrial osciló durante todos los años de la dictadura con tasas diferentes de crecimiento o retracción según las ramas, pero con un saldo negativo entre 1975 y 1980; período en el que la industria editorial, imprenta y papel se redujo más de un 15% mientras textiles, vestidos y cueros se retraía en casi un 18%⁶.

Correlativamente el empleo industrial también se retrajo pero en valores notablemente superiores, arrojando un saldo negativo del 26% en el conjunto de las industrias en igual período. La retracción del empleo fue del 20% en papeles imprenta y editorial y casi del 43% en textiles vestido y cueros⁷.

El cuentapropismo ascendió de un 18% de la población económicamente activa (PEA) en 1974 al casi el 24% en 1980 y el desempleo se incrementó abruptamente desde el 2,5% en 1980 al 8% dos años después. En Córdoba la ciudad automotriz- el desempleo llegó al 21% ya que

⁴ No se pretende aquí ignorar presiones internacionales importantes entre las que cuentan algunas tan notables como la de la gestión del entonces presidente norteamericano James Carter o los reclamos de Suecia, Francia e Italia por la desaparición de sus ciudadanos. Pero tampoco puede ignorarse que simultáneamente Henry Kissinger iba formando parte de la trama de golpes de estado en todo el continente, ni que las gestiones del embajador del proceso ante la OEA pudo retrasar el informe de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos que llegó cuando el trabajo sucio ya estaba hecho. Y menos aun se puede omitir que más allá de las quejas diplomáticas ante la masacre, la dictadura argentina tuvo el respaldo económico financiero que se le había negado a los gobiernos precedentes, y no hubo nada parecido a represalias comerciales ni siquiera por parte de la URSS que, puertas adentro, era presentada como el monstruoso enemigo. Ni siquiera prosperaron las amenazas contra la elección de Argentina como sede del mundial de fútbol. Además, las presiones diplomáticas existentes tendieron a decrecer rápidamente en la medida que internacionalmente se consolida el arco neoconservador Thatcher - Reagan.

⁵ POLSTOLSKY, G. y MARINO, S., “Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control la censura y los negocios”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 154.

⁶ RÍOS, S., “El movimiento obrero...”, Op Cit., pág.7.

⁷ Ibidem, pág.8.

en esa rama industrial, Sevel redujo en un 40% su personal; Mercedes-Benz un 20%, Renault 40%, Volkswagen 30%⁸.

No es difícil imaginar entonces qué estrategias de comunicación podían coexistir con esa política y esa economía, ni las posibilidades que representó para la dictadura, disponer de los principales canales del país, de casi toda la producción y programación de la Argentina y la mayoría de las radios que estaban intervenidas.

Pero sería erróneo creer que los medios que no estaban en sus manos pudieron operar como un factor de resistencia. El alineamiento fue generalizado y se operó por las malas o por las buenas.

El fatal destino de Rafael Perrota director de *El Cronista Comercial* de Buenos Aires, el cautiverio de Jacobo Timerman o la emblemática muerte de Rodolfo Walsh tras la publicación de su "Carta abierta a la Junta Militar", son buenos ejemplos de casos en que "los acuerdos" se lograron por las malas.

Sin embargo, sobran ejemplos en los que la mayoría de los medios privados se plegaron amablemente al proyecto, por ferviente convicción o por franca conveniencia; aunque sabemos también que nunca es clara la línea que divide ambas cuestiones.

En ese sentido es ejemplar el caso de Papel Prensa S.A., empresa proveedora del insumo clave para del periodismo gráfico y cuyo principal accionista era el Grupo Graiver. En 1976, los bienes de su presidente David Graiver pasaron a ser administrados por la Comisión Nacional de Recuperación Patrimonial (CONAREPA) tras una acusación de estar vinculado a Montoneros. Y meses después, luego de su fallecimiento en un confuso accidente aéreo, las acciones de Papel Prensa se transfirieron al Estado que, en un rápido negocio, otorgó créditos a los diarios *La Nación*, *Clarín* y *La Razón* para que adquirieran el paquete mayoritario. De paso, el arancel de importación se incrementó en un 48% dejando en manos del Estado Nacional y tres diarios, el control de suministro de papel para el resto de las empresas periodísticas⁹ ¹⁰. Del mismo modo, la distribución de pautas publicitaria oficiales fue a menudo mucho más eficiente que las amenazas y la censura, aunque este dista de ser un mecanismo exclusivo de la dictadura.

No obstante, fieles también a aquel proverbio que reza "a Dios rogando y con el mazo dando" los militares tomaron especialmente en la

⁸ POZZI, P., *Oposición obrera a la dictadura*, Op. Cit., pág. 8.

⁹ Aun hoy, *Clarín* y *La Nación* controlan la distribución de papel prensa en el país y fijan límites de venta y tarifas diferenciadas para los distintos agentes del campo periodístico gráfico. *Clarín* comenzará desde entonces un acelerado proceso de crecimiento y concentración. Volveré con todo detalle a esa cuestión.

¹⁰ POLSTOLSKY, G. y MARINO, S., "Relaciones peligrosas...", Op. Cit.

primera etapa todas las medidas para que el tratamiento informativo no quedara librado a criterios discutibles. En realidad desde antes del golpe circulaba en los medios una lista de palabras prohibidas o no recomendables. Así, el oyente debía saber que un subversivo abatido, “perteneciente a la organización proscripta” o “perteneciente a la organización autoproscripta”, significaba que habían asesinado a alguien que supuestamente mantenía algún vínculo con Montoneros o el ERP. Y entre otras delicadezas, para los medios de difusión no había “obremos” sino “trabajadores”, no había “guerrilleros” ni menos aun “revolucionarios” sino “subversivos”.

El comunicado N° 19 del Gobierno de las Fuerzas Armadas, emitido el mismo día del golpe, establecía hasta diez años de prisión para quienes difundieran noticias o imágenes que afectaran a las fuerzas de seguridad. Poco después se estableció explícitamente un sistema de censura previa que fue aceptado por la mayoría de los medios -y también por la mayor parte de la ciudadanía- con total naturalidad.

De no ser macabro, uno podría rescatar el sentido del humor de esta gente, capaz de nominar “servicio gratuito de lectura previa” a la comisión donde los medios gráficos debían enviar tres ejemplares de cada edición para su control. O de atribuirle el título de “asesores literarios” a los encargados de revisar los textos y controlar a los invitados que saldrían al aire en los medios electrónicos.

El sistema de medios y las instituciones del área se repartieron entre armada, ejército y aeronáutica, atendiendo al peso de cada una dentro de las FFAA. Así el canal 11 quedó en manos de la aeronáutica, el 13 fue para la armada y el 9 para el ejército quien además, por estar a cargo del Poder Ejecutivo Nacional, controló el canal 7. También quedó para el ejército la mayor parte de las radios y tuvo bajo su órbita la Secretaría de Prensa y Difusión, la Secretaría de Comunicaciones de quien dependían las emisoras de Radio Nacional, el espectro radioeléctrico, la empresa nacional de teléfonos y el COMFER que controlaba toda la radiodifusión privada. La Armada, por su parte, tuvo bajo su mando la Secretaría de Información Pública¹¹. Los cuatro canales de TV de Buenos Aires estaban directamente en manos de la dictadura junto a otros del interior, así como las productoras y sus bienes, expropiados por el gobierno anterior aduciendo deudas fiscales. Pero sus antiguos poseedores no habían aceptado la decisión así, sin más, de modo que la dictadura se encontró entonces con los canales de TV, que le interesaban, y con los reclamos judiciales, que no le interesaban.

¹¹ Ibidem.

Durante el primer año del golpe, se buscó un acuerdo extrajudicial con los ex licenciatarios. Las negociaciones con Goar Mestre y los Vigil fueron arduas y lentas hasta que los activos del canal 13 y Proartel fueron finalmente adquiridos por el Estado Nacional en algo más de once millones de dólares. Posteriormente se llevó a cabo la negociación por el canal 11 y su productora, pero Héctor García y compañía acordaron más rápidamente obteniendo algo más de seis millones de dólares. Romay en cambio no aceptó la vía extrajudicial, mantuvo el reclamo judicial, pero sin perder su lugar en el canal, donde se desempeñó como colaborador del interventor militar. De ese modo, años después, durante el gobierno de Alfonsín recuperaría rápidamente “su propiedad”, haciendo del nueve el primer re-privatizado.

La decisión de preservar el carácter estatal de los canales no estaba libre de contradicciones respecto de la dominante perspectiva liberal que caracterizó al “Proceso”, especialmente en lo económico. Pero una vez más estaban coexistiendo un cuasi liberalismo económico y el conservadurismo político cultural. Y digo “cuasi liberalismo”, en tanto la disposición estatal al *laissez faire* de mercado en la medida que las condiciones aseguraran una ganancia extraordinaria para los sectores hegemónicos, pero siempre dispuesto a regular cuando se trataba de evitar cambios “inaceptables” en las correlaciones de fuerza existentes. Así fue con el sector financiero y ámbitos privilegiados, especialmente por el capital trasnacional durante la era Martínez de Hoz, lo que volvería a repetirse desde entonces, casi ininterrumpidamente, con las generaciones de recambio.

De este modo, resulta que la dictadura se planteó la necesidad de reprivatizar los canales al tiempo que no lo hacía. Pero efectivamente eso estuvo previsto en un plan que diseñó y empezó a implementar con la lentitud propia de quienes asumen que estarán en el gobierno tanto tiempo como crean necesario.

Sin dudas en la demora los motivaba la voluntad de mantener un celoso control sobre la opinión, hecho que se manifiesta en la frondosa lista de periodistas secuestrados, encarcelados, torturados y desaparecidos¹².

La dictadura mantuvo un control cuidadoso y sistemático que excedió el marco de la información periodística para convertirse en algo que quizás podría llamarse una política cultural por la negativa.

¹² *El escalofriante listado sólo de periodistas desaparecidos y asesinados se puede consultar, entre otros sitios, en www.auno.org.ar/leer.php/343 de la Agencia Universitaria de Noticias y Opinión de la UN de Lomas de Zamora.*

Contra lo que pudiera imaginarse, la telenovela fue un blanco especial de la censura del “Proceso” y la Secretaría de Información Pública (SIP) exigía que en ellas no se muestren parejas desavenidas ni ejemplos de dudosa moral. Se recomendaba a los autores incluir elementos de la “epopeya nacional” en los contenidos. Preocupaba que “*las figuras principales rondaran el amor libre, el aborto, el concubinato, el adulterio, los problemas que surgen de las diferencias sociales (...) la tragedia, el fracaso, la frustración*”¹³. Se dispuso también que ningún canal emitiera más de dos telenovelas, al tiempo que la programación fue reduciendo la cuota de producciones nacionales y remplazándola por enlatados extranjeros.

Pero la telenovela era precisamente el género que caracterizó a la industria de contenidos latinoamericana que, tras amortizar sus costos de producción en los mercados internos, se fue orientando a la exportación en busca de una rentabilidad adicional. Así empezaba a ser, en los casos emblemáticos de Brasil, México y Venezuela, de modo que limitando a la telenovela internamente, en cantidad y contenidos, se esfumaban las principales condiciones de posibilidad para una industria audiovisual que tuvo buenas condiciones en Argentina si se la compara con otros países que alcanzarían logros enormes poco después.

Es de observar que la etapa era económicamente propicia debido al fuerte aporte de la propaganda oficial y la publicidad de grandes empresas extranjeras que en el marco de la apertura, trajeron un “veranito” económico para la financiación de los medios. Desde mediados de 1976 la inversión publicitaria mantendría niveles notablemente más altos que en los años precedentes¹⁴. Pero evidentemente el dinero por sí mismo no bastaba, para eso hubiera sido necesaria una política que orientara los recursos en el sentido de consolidar aquella promisoriosa industria nacional de contenidos. Y precisamente, fortalecer la industria nacional no fue el objetivo de la Sociedad Rural y sus amigos¹⁵.

¹³ MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, Op. Cit., pág. 39.

¹⁴ POLSTOLSKY, G. y MARINO, S., “Relaciones peligrosas...”, Op. Cit.

¹⁵ Según Nora Mazziotti, la arremetida contra la telenovela debe entenderse por su potencialidad de permitir al público identificarse con esas historias que dialécticamente van contribuyendo a la construcción de identidades, precisamente cuando “*Uno de los intereses del proceso era destruir todo tipo de identidades que estuvieran apoyadas en intereses nacionales*” MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, Op. Cit., pág. 41. Pero la afirmación me parece cuando menos relativa ya que, de haber existido el interés se hubiesen podido generar productos ideológicamente “puros”. En mi opinión, para explicar el rechazo a la telenovela por parte de un gobierno elitista y en muchos aspectos aristocratizantes, debería cuando menos incluir ese “rechazo visceral” de las clases superiores por las formas estéticas de los sectores dominados y que en el caso de la fotonovela primero y de la telenovela después, se muestran con

Incluso podría pensarse también que la falta de interés por la inversión en producciones locales y todas las dificultades asociadas se haya visto acentuada por la falta de un empresariado del rubro dispuesto a hacer apuestas de más largo aliento y las urgencias de interventores y personal militar que ocupaba transitoriamente posiciones de poder en los canales, quienes pueden haberse visto más atraídos por las tentadoras “comisiones” para el comprador, que suelen acompañar a los productos enlatados que llegan del extranjero, sin dilaciones.

Pero convendría no olvidar tampoco que el plan económico de Martínez de Hoz consistió precisamente en desfinanciar la producción nacional, por vía de una memorable reforma financiera “*El sistema financiero había sido identificado por la alianza militar-liberal, como uno de los núcleos duros del modelo desarrollista que había que desmontar*”¹⁶.

Esa reforma encontró enormes dificultades políticas hacia el interior del gobierno militar que, aunque sostuvo el plan económico valiéndose de cualquier recurso, no siempre tuvo una actitud monolítica ante él, especialmente cuando su apertura al capital trasnacional y la extranjerización chocaban con ciertos sectores nacionalistas de las FFAA; y más aun cuando sus efectos inflacionarios y generadores de desempleo amenazaban la paz de cementerio que la dictadura iba logrando. Sin embargo el rumbo se mantuvo sólidamente. *[De] lo que se trataba era de modificar perdurablemente el balance de poder entre los actores sociales y económicos locales, desplazando al empresariado industrial y fortaleciendo al financiero...*¹⁷.

Pero las industrias productoras de bienes culturales eran industrias especiales, en la medida que su mejor producto era la operación sobre los consensos sociales.

En los dos primeros años de la dictadura, la “lucha antisubversiva” fue la amalgama que la sostuvo unida a pesar de las tensiones y contradicciones que existían a su interior. Luego las brechas fueron haciéndose cada vez más evidentes y para el tercer año de gobierno el Ministro de Economía se mantenía más bien gracias a las simpatías que podía lograr (y trasladar) entre los sectores más duros del *establishment* norteamericano que por un apoyo homogéneo del bloque cívico militar.

Las políticas privatistas y desnacionalizantes de Martínez de Hoz encontraron resistencia en importantes sectores de las Fuerzas Armadas, en especial de la Armada y también, en muchos sectores que, por

especial rigor. (Por más detalles sobre estas formas de rechazo, ver BOURDIEU, P., *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Taurus, España, 1998.).

¹⁶ NOVARO, M. y PALERMO, V., *La dictadura Militar 1976/1983*, Paidós, Buenos Aires, 2003, pág. 220.

¹⁷ *Ibidem*, pág. 223.

lo demás, eran bien avenidos con el gobierno dictatorial. El manejo del clima de opinión era entonces todo un tema que podría explicar la demora en la reprivatización de los canales. Pero no debe haber sido un móvil mucho menor los negocios que ellos permitieron a la oficialidad que los tenía a su cargo.

No olvidemos que la televisación del Mundial de 1978 fue un coto de caza nada despreciable, no sólo por los enormes negocios que permite la comercialización de los derechos para televisar este tipo de eventos, sino también por el negocio de adquisición del equipamiento para transmitirlo en color¹⁸ (que era una exigencia internacional) y, consecuente, por el enorme negocio, no sólo económico, de la elección de la norma¹⁹.

Las condiciones tecnológicas de la TV argentina estaban ligadas a la norteamericana y la más elemental racionalidad económica indicaba que se debía adoptar la norma NTSC de los Estados Unidos, que además fue la que tomaron la mayor parte de los países del continente. Pero finalmente se optó por la norma europea PAL-N, decisión alentada en parte porque la industria alemana se encontraba entre los principales anunciantes y promotores del Mundial, pero atribuible también a las estrategias necesarias para enfrentar las presiones tendientes a evitar que el Mundial se realizara en Argentina, como represalia a la política de Derechos Humanos²⁰.

Para imaginar la magnitud de los negociados en juego bastaría mencionar que en ese marco se construyó el Centro de Producción de Programas de Televisión SA (luego ATC) por la friolera de 70.000.000 de dólares entre edificación y equipamiento. La barbaridad de la inversión se manifiesta frente los 520 millones que costó en total la realización del mundial. Y más aún al saber que ATC costó casi el 50% de lo que invirtió España, en 1982, para todo el mundial.

Haber puesto a la TV en manos privadas en ese momento, hubiera dejado a muchos oficiales de las FFAA fuera de unos negocios envidiables.

Pero como tampoco se trataba de aquellas viejas Fuerzas Armadas, artífices de los grandes emprendimientos económicos estatales del petróleo, la minería o la metalmecánica, y como la línea económica pugna por un plan ultra liberal, a pesar de todas las dilaciones impuestas

¹⁸ Aun se transmitía en blanco y negro.

¹⁹ Asumir la norma europea o la norteamericana conllevaba la decisión de comprar todos los equipos de transmisión, pero además los de recepción, a uno u otro productor. Es de imaginar la batalla que eso abrió y las negociaciones no sólo económicas que se jugaron en torno a esta cuestión.

²⁰ POLSTOLSKY, G. y MARINO, S., "Relaciones peligrosas...", Op. Cit.

por las tensiones internas, finalmente se fue logrando cierto consenso para una normativa que fuera permitiendo la gradual privatización.

Sobre la celebración de su cuarto aniversario, la dictadura sanciona el Decreto-ley 22.285, que fue reglamentado casi un año después por el Decreto 286 del 24 de febrero de 1981²¹ y, luego de algunas modificaciones a la ley, el Decreto 462/81 aprobó el Plan Nacional de Radiodifusión.

En la legislación pudo leerse quizás una cierta versión de la clásica síntesis nacional entre el liberalismo alentado por el Ministerio de Economía y conservadurismo político propio de los sectores más duros del ejército. La fórmula era privatizar sin extranjerizar, siempre bajo una fuerte centralización y control del gobierno.

La norma, que fue diseñada entre funcionarios del Poder Ejecutivo con el asesoramiento de los principales grupos empresarios del sector, contempló la gestión privada de la radiodifusión, limitada a entidades con fines de lucro que se comprometen a difundir la información y prestar la colaboración que les sea requerida por Seguridad Nacional.

La decisión de excluir cualquier entidad sin fines de lucro evitaba cualquier otro interés en la radio y TV. Y así, una vez más, en Argentina se imponía el acuerdo entre gobierno y empresarios de la comunicación: El negocio es tuyo y el control ideológico es mío.

En esta ley, la radiodifusión se asumió como un servicio público ya que, sin la constitución de 1949, esto no impedía dejarla en manos privadas. Eso sí, los licenciatarios de las frecuencias debían ser argentinos o naturalizados con más de diez años de residencia en el país. Por su parte el Estado brindaría los servicios allí donde no hubiera interesados; algo similar a decir “allí donde, siendo políticamente conveniente, no sea negocio”.

²¹ Esto coincidía con el final de la presidencia de Videla. Pocos días después de la reglamentación de la ley, asumiría el general Roberto Viola tras haber pasado a retiro como Comandante en Jefe del Ejército. Un hombre sostenido a sangre y fuego por Videla en contra de los sectores nacionalistas y más duros (Massera, Menéndez y otros), si es que en ese marco decir “más duros” puede tener alguna significación. Aún siendo el sucesor al que el propio Videla sostuvo, debió vérselas con el plan económico que también sostuvo su mentor y que sin embargo ya no resistía más fracasos en el intento de controlar la inflación, ni resistía más críticas de la sociedad en general y especialmente de los sectores de las FFAA que no adscribían al liberalismo a ultranza y extranjerizante de Martínez de Hoz. También en lo político Viola significó cierta apertura a sectores civiles, especialmente políticos radicales, peronistas y del MID. Pero esto no debe confundirse con una institucionalización, ni con una efectiva apertura que, por otro lado, no parecía viable para un presidente que fue remplazado en menos de un año. NOVARO, M. y PALERMO, V., *La dictadura Militar...*, Op. Cit.

Como se verá, la radiodifusión en las fronteras fue toda una preocupación de la dictadura y muy especialmente en los límites con Brasil, debido a la política expansiva que el vecino tenía en cuanto a comunicaciones.

La ley también reguló la existencia de la Secretaría de Información Pública, y el COMFER; este último, que entre otras cosas estaba a cargo de las frecuencias y el control de los servicios prestados por los licenciarios, dependía directamente de la Presidencia de la Nación. Es decir que, negando también allí la participación de otros actores sociales, reducía el control a la esfera del gobierno; el directorio del COMFER estaba compuesto por el comando de cada una de las tres armas, el Servicio de Inteligencia del Estado (SIDE) y la Iglesia Católica. Como un gesto de vocación democrática probablemente, se incluyó, con voz pero sin voto a las asociaciones de licenciarios.

Y el excelente vínculo entre dictadura y licenciarios puede leerse en la decisión inaugural de la legislación, que prorrogaba por diez años las licencias en uso (aun si ya habían caducado), y con opción a diez años más.

Pero como la confianza tiene un límite, la dictadura fue enormemente cuidadosa a la hora de evitar la conformación de grupos mediáticos que pudieran convertirse en un temible actor político. Así, *prohibió la presencia de empresarios de medios gráficos en las empresas licenciarias de radiodifusión y limitó a tres frecuencias de radio y una de TV la cantidad de licencias acumulables por licenciario*. Además, obligaba a quienes sumaran esas tres licencias, a gestionar una cuarta para brindar el servicio de radiodifusión en zonas de frontera. Estas limitaciones al ingreso de la prensa gráfica y a la expansión sin límite en el número de frecuencias, articulará buena parte de las disputas del campo radiotelevisivo. Pero como veremos, sería mucho después.

El plan de la dictadura se planteaba normalizar la radiodifusión en tres etapas que iban desde 1981 hasta 1994. Entre los propósitos de la primera etapa (1981/1984) estaba privatizar gran parte de las radios y canales que estaban en manos del Estado Nacional y determinar el destino de las pertenecientes a provincias y municipios. Al cabo de las tres etapas la dictadura descontaba haber ordenado la radiodifusión, así como descontaba que también ordenaría el país en su conjunto.

La aplicación de este ambicioso plan fue suspendida en 1984 por el gobierno de Alfonsín, tras el desbande militar. La segunda y tercera etapa nunca vieron la luz y aún el cumplimiento de la primera fue lento, conflictivo y no carente de irregularidades.

El resto del gobierno militar se desarrolló sin excesivos sobresaltos para la televisión abierta y los medios en general, que no recuperarían

autonomía política sino hasta después de la locura de Malvinas, durante la que sí jugaron un papel central a favor de las Fuerzas Armadas, haciendo de la información y la propaganda una misma cosa. Hecho que pone de manifiesto las relaciones logradas entre el bloque gobernante y los empresarios de los medios.

Por fin, y para cerrar este breve recorrido sobre la etapa dictatorial, cabe recordar que en esos años tuvo lugar un importante movimiento internacional en el que los países del Tercer Mundo reclamaron vehementemente por un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, (NOMIC) al que hice referencia en el capítulo precedente. Como es de suponer, fueron prácticamente irrelevantes las repercusiones que este movimiento pudo tener en la Argentina amordazada.

La otra televisión

En ambas etapas la TV por cable siguió ocupando un lugar absolutamente marginal durante esta década. Como vimos, en torno a esta forma de teledifusión no sólo hubo una absoluta ausencia de políticas que pudieran alentar su desarrollo, sino toda una serie de maniobras que lo limitó. El ostensible trabajo de control político de los contenidos no parecía haberse gestado sobre la hipótesis de habilitar el juego a quien quisiera poner un cable, de modo que si la Ley de Telecomunicaciones de 19.798/72 los incluyó como un “servicio especial” sin requisitos de autorización, en la 22.285 de la dictadura se los consideró como un “servicio complementario” que, para poder brindarse, requería ahora una autorización del COMFER, además del permiso municipal de siempre²².

Aun así, la facilidad para obtener la autorización de funcionamiento era comparativamente mucho mayor que para un canal de aire debido probablemente a la escasa “peligrosidad” de un servicio marginal que debía sobrevivir en el marco de enormes dificultades económicas y que contaba con una pequeñísima cantidad de abonados, sobre los que tendría una influencia muy limitada y de los que ante todo necesitaba obtener los recursos para poder amortizar las inversiones y hacer rentable el trabajo.

Límites que en parte se debían a que funcionaban en comunidades relativamente pequeñas, y en parte a la dificultad económica para ex-

²² ALBORNOZ, L., *Al fin solos*, Op. Cit.

tender la cobertura mediante el cableado, tanto como para poder adquirir una programación interesante.

Como se verá más adelante, eso daba una ventaja para algunas cooperativas locales de servicios públicos que, al brindar electricidad y telefonía disponían de una estructura pre-existente de cableado por lo que, cuando las condiciones para el desarrollo de la TV por cable devinieron tanto o más favorables que para la hertziana, los grupos de interés -paladines del libre mercado- dejaron en suspensión sus convicciones logrando que el Estado, mediante regulaciones legales, borrara del mapa televisivo a estos potenciales competidores.

Pero volviendo al momento que nos ocupa, deberíamos decir que, si antes de promediar los setenta había treinta y cinco canales de TV hertziana en el país y treinta y nueve repetidoras, al terminar este período -en la reapertura democrática- sólo habrían nacido cinco nuevos canales mientras que las repetidoras habían pasado a ser 132²³. La lógica de desarrollo era clara: Pocos y fuertes.

Mientras tanto los cableoperadores siguieron subsistiendo en la eterna espera de obtener una licencia para transmitir por aire. Y muchos lograron subsistir hasta en ciudades donde se instalaron repetidoras de canales de aire, e incluso nacieron algunos nuevos en las “zonas de sombra” que las repetidoras dejaban. Sus estrategias fueron diversas y siempre ingeniosas, pero la verdadera alternativa vino de la mano de las microondas.

A fines de los sesenta la Empresa Nacional de Teléfonos (ENTEL) comenzó a tender la red para un canal de radioenlace exclusivamente destinado a la televisión. Se trataba de tres haces coaxiales, cada uno con dos líneas para la ida y vuelta de la señal^{24 25}. El negocio, para los canales de aire del interior, fue conectarse y transmitir programas de Buenos Aires; pero como el tiempo de utilización de las microondas era pago y además no se podía transmitir en cadena, la conexión se limitaba a ciertas franjas horarias de mucha audiencia como por ejemplo los almuerzos de Mirtha Legrand.

Los cableoperadores (de las zonas donde este acceso estaba disponible), sólo estaban limitados en lo económico, porque la legislación no les impedía retransmitir cuanto quisieran, de modo que fueron los pioneros en suscribir convenios con ENTEL y Canal 7 para obtener la

²³ LANDI, O., *Devórame otra vez*, Planeta, Buenos Aires, 1992, pág. 173.

²⁴ Previsto para una ida y vuelta de información, el sistema en realidad sólo se usaba la línea de ida desde la capital al interior ya que la oferta recíproca era nula, tal como venimos viendo.

²⁵ ATVC, Op. Cit, 2004.

señal y los derechos para transmitir en directo los partidos de primera²⁶. El *fútbol de primera* “en directo y simultáneo” hizo fuerte a esos cables que encontraron allí su salvavidas. No obstante, los costos, pero especialmente limitaciones tecnológicas, no permitieron que cualquier cableoperador pudiera acceder a este servicio que se generalizaría recién una década después.

Mientras tanto, la tecnología de la época abría también otras puertas: La generalización de las grabadoras permitió enviar directamente cintas de video desde los canales de aire de la capital (ya no se dependía de conseguir materiales en fílmico 16 mm) y además, el desarrollo de cámaras de video más pequeñas y livianas junto a la grabadora tipo “mochila”, facilitó enormemente la producción y sobre todo las realizaciones periodísticas en exteriores. Cabe destacar también que parte de este equipamiento se producía en el país²⁷.

Hay que decir sin embargo que los duros orígenes de marginalidad que tuvo la TV por cable en Argentina, hacen de ella una especie de “Cenicenta”, porque mientras las dificultades no fueron menores en el resto del continente, unos años después la televisión por cable argentina sería la princesa de esta historia; suerte que no tendrían las del resto del continente. De hecho, exceptuando a Estados Unidos y Canadá, ninguno alcanzó el desarrollo que finalmente tuvo en Argentina. Claro que el baile con el príncipe no estuvo reservado para las pobres cenicientas de los cables pioneros sino para los grandes capitalistas que iban apropiándose de lo que aquellos pioneros habían levantado y sostenido con esfuerzo. Volveré sobre la cuestión.

Queda por decir antes de cerrar este tramo, que la enorme influencia que supuso el Mundial de Fútbol de 1978 para nuestra TV repercutió en alguna medida en el cable cuando los operadores de Río IV y el de Bariloche obtuvieron entonces la autorización del COMFER para convertirse en canales de aire. Era lo que la mayoría esperaba y lo que, con estas excepciones, nunca sucedió. Probablemente porque para la dictadura “darle aire” a cualquiera de esos canales era multiplicar su cobertura, volverlos económicamente viables y políticamente relevantes. Es decir, era ganarse un problema más. O quizás porque dárselo era insertarlos como jugadores de primera en el reparto de las tortas publicitarias afectando intereses ya consolidados.

²⁶ Los costos se abarataban por tramos contratados en conjunto por varios operadores

²⁷ Ibidem.

En cambio así, mantenidos pequeños y acotados, los treinta y nueve cableoperadores que el COMFER tenía registrados recibieron su licencia precaria para funcionar en 1979. Esa era una buena noticia.

La mala era que el mundial trajo la TV color y, si bien su transmisión a nivel nacional empezaría recién el 1° de Mayo de 1980, la exigencia de actualización tecnológica fueron una densa nube en el horizonte del negocio televisivo. Tanto más, para los más modestos.

Los '80

LA TRANSICIÓN

La década comienza con la expansión de transformaciones tecnológicas capaces de abrir enormes posibilidades que sólo las condiciones políticas nacionales lograron demorar.

La emisión de televisión por vía satelital iba cobrando una enorme relevancia en el mundo entero y ésta era la clave de bóveda para una nueva etapa de la TV. Luego lo supimos todos, pero en el contexto nacional de los setenta y especialmente bajo el paranoico control de la dictadura, aquello era todavía inimaginable, entre otras cosas porque la nueva tecnología terminaría haciendo casi imposible el control de la información dentro de las fronteras nacionales.

Por aquellos años, hasta las señales de países limítrofes -socios en el plan de exterminio de opositores- era intolerable en el marco de las delirantes “hipótesis de conflicto” que preocupaban a las FFAA. Hipótesis que casi generan una guerra con Chile, que veían en Brasil una amenaza y que finalmente llegaron al delirio de desatar una guerra contra la OTAN.

Pero esas mismas “temibles” posibilidades de la televisión satelital fueron las que alentaron a los dictadores a formular un proyecto que se propuso llevar la televisión a los pueblos y ciudades de frontera, donde sí era posible receptar las señales de los “temibles” países vecinos. Así, en el marco del “Plan Soberanía” sobre el final de 1979 la Secretaría de Comunicación encargó a la empresa telefónica ENTEL, la instrumentación de las medidas necesarias para que las localidades fronterizas pudieran recibir televisión y mantener comunicaciones telefónicas con el resto del país.

En 1983 se puso en marcha el sistema llevando la señal de Canal 7 por microondas hasta la estación de Balcarce y desde allí se transmitía vía el satélite INTELSAT, hacia más de treinta antenas parabólicas ubicadas en zonas de frontera o lugares de muy difícil acceso. Una vez recibida la señal, se emitía localmente por medio de la televisión abierta

local. Esto sucedía en simultáneo con un plan de extensión de la red de repetidoras de ATC.

Pero también se autorizó a los cables y antenas comunitarias, a bajar y difundir la señal de ATC allí donde ellos operaban. Esto empezó a cambiar la realidad de la televisión por cable en el interior del país, porque además, una vez que los cableoperadores empezaron a recibir la señal de ATC desde el satélite, con sólo cambiar la dirección de la antena podían recibir la televisión de cualquier otro lugar del mundo, aunque no estaban autorizados para trasmitirla a sus abonados.

Algo nuevo empezaba a suceder en la TV, justo cuando el delirio dictatorial superó todos los límites imaginables y no hubo ya casi más sectores dispuestos a pagar el costo de mantener a un grupo de desquiciados que, por otra parte, ya habían terminado la tarea que los grupos dominantes de la sociedad civil les había encomendado.

La democracia omnipotente

Lo que comenzó entonces, en lugar de entenderse como un nuevo gobierno, fue pensado como una “nueva era” que despuntaba con una especie de certeza colectiva. Se creyó que la institucionalización por sí misma reparara todos los daños y abriría las puertas a los sueños “de todos”.

Se trataba de una inmensa fe en la “libre participación ciudadana” con lo que se iría constituyendo una sólida esfera pública (con su correspondiente opinión pública), cuyo propio desarrollo iría posibilitando el cumplimiento de todas las metas.

Quizás el clima de época dificultaba la percepción de algunos alertas que al respecto sonaban. Los “sueños de todos” rápidamente dieron paso a los intereses de cada quien, mientras la esfera y opinión públicas no colmarían ninguna expectativa. Pero en el momento había una fe que, como la mayoría de los “espíritus de época” es difícil de comprender a la distancia. Quizás como ejemplo valga recordar que en la ciudad de Córdoba llegó a construirse un edificio llamado “foro de la democracia”, destinado a que la ciudadanía se encontrara y debatiera su futuro... Espacio que se convertiría en un Museo de Ciencias Naturales, luego de años de clausura y olvido.

El clima de época era particularmente sordo a viejas alertas sobre la idea de un “interés general” como resultado de consensuar los intereses particulares. Sordo especialmente, a la sospecha sobre el carácter

autorregulado de las relaciones sociales. Sordo a la contradictoria coexistencia entre

(...) un sistema que se basa en la reproducción de las desigualdades cuantitativas asociadas con el valor de mercado de los individuos y un sistema como el de la ciudadanía que se fundamenta en la eliminación de las desigualdades cualitativas (...) incompatibles con la democracia¹.

La mayoría de los alertas ignorados fueron confirmando su valor a lo largo de este último cuarto de siglo y, sin embargo, perdura no sólo en el sentido común sino también en el pensamiento académico dominante, una marcada confianza en la capacidad de la democracia para la resolución de los problemas sociales, mediante el simple oficio del ejercicio de los derechos ciudadanos por parte de la sociedad civil, y entre ellos muy especialmente el de la libre expresión y circulación de las ideas que definen a la opinión pública como “demandas de la sociedad civil que se volverán objeto de decisión política” en el ámbito del Estado².

Los hechos fueron demostrando que el optimismo desbordaba y la experiencia ha quedado acumulada como otro traspie en la historia de este país al que Marcos Novaro imputa como rasgo particular: la creencia de que nuestra historia se desarrollaría como una sucesión de momentos y frustraciones, a cuyos términos puede abrirse una etapa nueva, siempre de carácter refundacional³.

Así, “la democracia” fue el nombre del gobierno, de la época y de las prácticas cotidianas, en el marco de un consenso sin precedentes respecto de los valores liberales republicanos a partir de los que “...se atribuía un valor intrínseco al imperio de la ley, la tolerancia de las diferencias y el respeto a los procedimientos institucionales, que pareció extenderse como un nuevo credo civil”⁴.

Señalar las deficiencias de esta creencia no significa negar la importancia de lo actuado a favor de esas libertades. Así como reconocerla, tampoco significa omitir que si eliminar la censura y persecuciones era la condición necesaria para una mejor calidad de vida de la población de conjunto, no fue sin embargo una condición suficiente, ni siquiera

¹ CASTRO, J., “El retorno del ciudadano: Los inestables territorios de la ciudadanía en América Latina”, *Perfiles Latinoamericanos*, Año 8, N° 14, FLACSO, Méjico, Abril de 2002, pág. 10.

² BOBBIO, N., *Estado, gobierno y sociedad. Por una teoría general de la política*, Fondo de Cultura Económica, Méjico, 1989, pág. 43.

³ NOVARO, M., *Argentina en el fin de siglo. Democracia Mercado y nación 1983-2001*, Paidós, Buenos Aires, 2009.

⁴ *Ibidem*, pág. 28.

para atenuar la dominación de grupos que irían volviéndose cada vez más concentrados.

Es innegable en cambio el valor que tuvo este nuevo sentimiento para las clases medias y altas de la población, en particular la intelectualidad, los artistas, la prensa y esa clase de agentes sociales, diversa y difícil de describir con precisión que son protagonistas de “*la vida cultural*”⁵. Así, todo lo relativo a la comunicación social y los medios cobraron una importante relevancia desde antes incluso que el alfonsinismo se hiciera cargo del gobierno nacional.

Raúl Alfonsín asumió la presidencia con un verdadero cheque en blanco en lo que respecta al fervor popular en tanto adhesión a un proyecto que proponía la institucionalidad como garantía y en el que su carisma y dotes de gran político pocas veces tuvo situaciones comparables en la historia del país; él se prefiguraba como todo un estadista.

Seguramente la cuestión de los medios no estaba entre las mayores prioridades de la agenda, pero tampoco fue algo marginal. Fueron utilizados por Alfonsín de una manera especialmente novedosa durante la campaña iniciando entonces las primeras prácticas de lo que luego sería el marketing político. También estuvieron contemplados en su plataforma tres puntos centrales sobre los medios: La creación de tres sistemas para la explotación de la radio y TV (público, privado y público no gubernamental); la creación de una comisión bicameral permanente de radio y TV y la integración de programas de educación a distancia en estos soportes⁶.

Tras asumir, Alfonsín intervino el COMFER ya que de otro modo hubiera estado a cargo de un representante de cada una de las tres fuerzas armadas. En el mes de abril, por decreto 1.154/84 suspende la aplicación del plan de medios de la dictadura hasta la definición de una nueva ley, y crea una comisión para estudiar la cuestión, a cargo del director de TELAM. Pero en este terreno también, la impotencia sería la marca del gobierno.

Otras temas irían gravitando de modo diferente en la agenda y priorizando otros intereses. Las preocupaciones centrales implicaron a dos grupos que serían claves en la incapacidad gubernamental. Dos grupos

⁵ Al respecto de esa clase de agentes puede consultarse el trabajo de José Luis Moreno Pestaña a partir de los estudios de Pierre Bourdieu en *La distinción*. Allí trabaja sobre la “moral emergente” de una nueva burguesía y su penetración en la pequeña burguesía francesa a partir de los setenta. (MORENO PESTAÑA, “Cuerpo Género y Clases en Pierre Bourdieu” en AAVV, *Las herramientas del sociólogo*, Fundamentos, Madrid, 2004.)

⁶ COM, S., “Alfoncinismo, contexto político y medios de comunicación” en MAS-TRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005.

a los que esta nueva era ofrecía poco para celebrar y tenían razones para no confiar tanto en el consenso como el resto de la población: por un lado, las FFAA que habituadas durante años a cogobernar se veían ahora no sólo desplazadas sino también judicialmente amenazadas; y, por el otro, la dirigencia política peronista y especialmente el ala sindical, quienes hasta ahora sólo habían conocido dos situaciones: el gobierno o la proscripción, y que por lo tanto, tendría menos interés en los consensos que en acelerar los procesos para que finalmente todo volviera al orden natural de las cosas⁷.

Así, y en el marco de una situación económica y una deuda pública⁸ que sería su talón de Aquiles, el Ejecutivo, días después de asumir, mandó al Congreso un proyecto de ley para derogar la autoamnistía que las FFAA se habían dado antes de dejar el gobierno. Además, emitió los decretos para el juicio de las Juntas y algunos otros insignes personajes de la dictadura, como así también a los líderes de los movimientos guerrilleros de los setenta. Casi simultáneamente, llevó a debate también el proyecto de ley de reordenamiento sindical que le valió toda la resistencia de una burocracia que, en situaciones bastante más adversas aún, había dado pruebas de capacidad para sobrevivir, hasta el punto de autonomizarse relativamente de las necesidades obreras, toda vez que fue necesario.

Y como es de imaginar, las tensiones, especialmente en referencia a las FFAA, rápidamente mostraron sus líneas de fuerza hacia el interior de un radicalismo que, de conjunto, no podía declararse absolutamente ajeno a lo que ahora se iba a juzgar y que, por otro lado, no mantendría en el gobierno la cohesión que pudo darse para ganar las elecciones.

Las instituciones de la democracia que supimos conseguir rápidamente se manifestaron demasiado débiles como para dar cuenta de la corporación militar y quizás, sólo quizás, a poco de andar el gobierno evaluaría menos peligroso capitular ante la presión de los cuarteles, que movilizar las energías sociales necesarias para intentar subordinarlos.

El desenlace sería que, poco a poco, aunque no sin grandes sobresaltos, la justicia, los treinta mil desaparecidos, las fosas comunes, los vuelos de la muerte, los campos de concentración y la tortura fueron perdiendo su gravedad, hasta posibilitar las leyes de Obediencia Debi- da y Punto Final que redujeron la responsabilidad a un grupito muy

⁷ NOVARO, M., *Argentina en el fin de siglo...*, Op. Cit.

⁸ Deuda pública que incluía ya buena parte de la deuda privada, socializada poco antes gracias a los oficios de un joven economista cordobés llamado Domingo Felipe Cavallo.

reducido de oficiales, indultados finalmente por el gobierno siguiente, aunque fue durante el alfonsinismo que se transitó ese camino.

En cuanto al otro frente, la pretendida reforma sindical, no fue un proceso menos traumático.

Si (...) con los juicios el gobierno abrió una puerta a la incertidumbre, sin mayores recursos ni disposiciones para controlar las eventualidades resultantes, la política sindical revelaría que no era un problema exclusivo de un área particularmente compleja, sino más bien una nota continua de la gestión que se iniciaba ⁹

Alfonsín se había encontrado con una expresiva adhesión ciudadana tras la denuncia del pacto sindical militar y enfrentaba entonces una dirigencia gremial con poquísima adhesión en la opinión pública. Una buena oportunidad para constatar que ese delicado objeto de estudio llamado opinión pública, es (suponiendo que existe algo así¹⁰) sólo una variable más en la arena del poder.

El proyecto de reforma sindical que se presentó como condición para la normalización sindical movilizó inmediatamente el rechazo de la burocracia que había mantenido la conducción durante la dictadura y que supo gravitar más allá de las asambleas fabriles. En ese momento, según Novaro, de los ciento once diputados peronistas treinta y cinco eran de origen sindical y no eran pocos los que ocupaban cargos en los gobiernos provinciales.

La reforma también puso en marcha inquietudes de todo tipo en el Partido Justicialista (PJ) que contaba allí importantes cuadros, e incluso inquietó a otras instituciones como la Iglesia y grupos empresarios, quienes temieron que por esta vía tuviera entrada la izquierda en el movimiento gremial.

Ni siquiera hacia el interior de la UCR la decisión de enfrentar a la burocracia sindical, ni mucho menos el modo de hacerlo, lograba una adhesión homogénea.

El partido opositor entonces, atravesado por innumerables fracturas tras la derrota electoral, logró una respuesta de unidad.

(...) logró reunir casi todas las voces del campo peronista, el Congreso Nacional Justicialista, la Mesa del Congreso Nacional Partidario, el Consejo Federal de la Rama Femenina, las 62 Organizaciones, los senadores y diputados nacionales del partido¹¹.

⁹ NOVARO, M., *Argentina en el fin de siglo...*, Op. Cit., pág. 72.

¹⁰ Acerca de esta discusión ver BOURDIEU, P., "La opinión pública no existe", *Sociología y cultura*, Grijalbo, Méjico, 1984.

¹¹ *Ibidem*, pág. 86.

Si bien finalmente Diputados dio media sanción al proyecto, no logró pasar en senadores y, de allí en más, hacia adentro del radicalismo cobró fuerza la posición a favor de negociar con el sindicalismo existente, para poder asegurar su colaboración en la gestión económica ya que luego, a partir del ordenamiento de la economía y las mejoras salariales, habría condiciones más propicias para disputarle espacio a la burocracia peronista.

Pero como el ordenamiento de la economía no se logró nunca de manera durable, la lucha con el frente gremial lejos de calmarse se fue agudizando en un largo derrotero en el que la burocracia recuperó tal iniciativa que cualquier idea de reforma quedó en la cuantiosa lista de las imposibilidades de Alfonsín.

El “natural” funcionamiento de la democracia y su institucionalidad tampoco se manifestaría apropiado para resolver la cuestión de los medios de difusión que, especialmente en el campo de la radiofonía, tomó su propio cauce bajo la única norma de hierro: la ilegalidad. En esos años tuvo lugar el nacimiento de una gran cantidad de estaciones de FM que simplemente se pusieron a transmitir. Algunas, fueron creación de diversas organizaciones comunitarias y terminarían conformando su Federación de Radios (FARCO); entre el resto, hubo emprendimientos variopintos, muchos de carácter comercial y no pocos entre ellos, ligados a grupos de poder y de los gobiernos mismos, hasta el punto de contar en algunos casos con publicidad oficial pese a estar fuera de la ley¹².

En cuanto a la televisión, más allá de la vuelta de canal 9 a manos de su ex propietario¹³, no hubo otras novedades, aunque la nueva legislación seguía siendo un tema y un factor de pujas.

El PJ se manifestó enfrentado a la UCR también en referencia a una legislación sobre medios y presentó proyectos desde las provincias que gobernaba. Pero las tensiones tuvieron lugar además al interior de cada uno de los partidos, lo que pone de evidencia el nulo carácter orgánico de las posiciones y el complejo entramado de intereses en juego¹⁴.

Al interior del gobierno los referentes de los dos grandes bandos fueron Pedro Raúl Sánchez delegado normalizador del COMFER y Juan Radonjic Secretario de Información Pública (La SIP fue al comienzo quien fijó las políticas de comunicación).

¹² COM, S., “Alfoncinismo, contexto político...”, Op. Cit.

¹³ Romay había mantenido su demanda legal para recuperar el canal a diferencia de los propietarios de los otros canales que habían aceptado acuerdos extrajudiciales.

¹⁴ El radical Fernando Mahum y el justicialista Carlos Grosso presentaron proyectos que eran mucho más restrictivos en el acceso a una licencia, que los presentados por sus respectivos pares Dolores Díaz de Agüero y Oraldo Britos.

Desde el COMFER se promovía un proyecto francamente privatista que imposibilitaba a las asociaciones intermedias acceder a las licencias. El proyecto de la SIP en cambio concebía la creación de un canal gubernamental, otro regido por un ente no gubernamental y un tercer canal privado. Proponía la creación de un Instituto de investigación y promoción audiovisual que facilitara créditos para la producción y fomentara la exportación¹⁵.

A pesar del pedido urgente del propio presidente, no puede extrañar que la tarea sufriera todas las dilaciones hasta que, por fin, cada una de las partes le presentara su propio proyecto.

Y tampoco puede extrañar que el pedido fuera perdiendo su urgencia ante los acuciantes desafíos que se plantearon desde otros frentes. El promisorio año 1984 cerró con una tasa de inflación elevadísima y el nuevo, prácticamente empezó con el cambio del Ministro de Economía Grispun por Juan Sourruille, mentor del Plan Económico llamado el *Plan Austral*¹⁶.

La fe en la reinstitucionalización empezaba a ceder ante una ciudadanía que comenzaba también a descubrir que los abstractos derechos políticos son tanto más importantes, cuanto más asegurados están los derechos a un salario digno, al trabajo o la salud, por sólo mencionar algunos ejemplos.

Los acuerdos con los acreedores externos imponían compromisos de reducción del déficit fiscal y hacia adentro era necesario contener los niveles de inflación. En esto, las tarifas de las empresas públicas eran el contrapeso de los dos términos: Tarifas altas de los servicios, era igual a inflación. Tarifas bajas, era igual a déficit. Además, el control de las empresas públicas en las provincias fue especialmente complicado. Pero sobre todo pesaban las transferencias de recursos por el pago de intereses de la deuda pública y de la deuda externa privada que fuera socializada por la dictadura militar. Y además el frente sindical y el malestar en el frente militar.

El gobierno estaba en un brete del que, para salir, optó por el apoyo del gobierno de Estados Unidos, el Fondo Monetario y algunas medidas bastante impopulares que golpearon sobre la adhesión más progresista. El gobierno cedió ante la CGT y cedió también ante el FMI.

El nuevo plan de Sourruille, pese a los reparos del FMI, dio sus frutos frenando la inflación; pero la caída de los precios internacionales redujo los ingresos para pagar deuda y por lo tanto elevó el déficit fiscal.

¹⁵ COM, S., "Alfoncinismo, contexto político..."; Op. Cit.

¹⁶ Nombre de la nueva unidad monetaria, equivalente a mil pesos y ligeramente más valiosa que el Dólar estadounidense.

Detener la inflación, sin embargo, y el juicio a las juntas, fueron logros importantes para hacer un buen papel en las elecciones legislativas de noviembre de 1985 e ingresar al '86 oficialmente convencidos de que lo peor había pasado ya.

El presidente asumió que el nuevo año sería propicio, entre otras cosas, para avanzar en una reforma constitucional, trasladar la capital a Viedma y modernizar el Estado. A tal fin, y fiel a su convicción consensualista democrática, creó un Consejo para la Consolidación de la Democracia (COCODE) integrado por expertos de diversas filiaciones partidarias. También el proyecto de ley de radiodifusión sería sometido a consideración de ese Consejo para fines del año que se iniciaba.

No obstante, en el ínterin el panorama había comenzado a cambiar abruptamente y el promisorio 1986 devino

en un pantanal tanto por la ambigua formulación (de los proyectos) como porque el gobierno siguió sometido a fuertes disensos internos y enfrentando a los vetos de una oposición desafiante y de no menos inclementes grupos de interés¹⁷.

Para 1986 el desbande peronista y su fragmentación entre ortodoxos y renovadores va encontrando una salida tras la figura de Cafiero quien además arremetió contra la política de Alfonsín en referencia a la deuda externa, justo cuando el recientemente electo Alan García nacionalizaba la banca y declaraba el default en Perú. La normalización universitaria se plasmó en un sistema que rápidamente duplicó la matrícula mostrando más problemas que soluciones. El congreso pedagógico, tratando de poner límite al autoritarismo en la enseñanza, terminó fortaleciendo a la iglesia que tenía no sólo móviles pedagógicos para enfrentar al gobierno. La inflación inicialmente controlada fue reapareciendo de manera lenta y generó un retraso en el tipo de cambio y las tarifas. Pero el toque de desgracia lo ponía el déficit fiscal justo en el marco de una nueva caída en los precios internacionales de los alimentos, lo que evaporó las expectativas en las recaudaciones, disparando además el mal humor de un sector que históricamente confió menos que Alfonsín en la democracia (La Sociedad Rural, las Confederaciones Rurales Argentinas y la Federación agraria). Sin olvidar, por supuesto, el peso de los intereses de la deuda externa.

Lo peor no había pasado y 1986 iba cerrando con un déficit importante y amenazas de inflación tanto que, luego de una paulatina flexibilización, en febrero de 1987 Sourruille debería volver con un segundo plan Austral a los congelamientos. Pero los ánimos también estaban demasiado caldeados como para mantenerlo.

¹⁷ NOVARO, M., *Argentina en el fin de siglo...*, Op. Cit., pág. 175

Fue en este contexto que Alfonsín decide someter a consideración del COCODE el proyecto de ley de radiodifusión elaborado por la Secretaría de Información Pública y que él había preferido por sobre la propuesta privatista del interventor del COMFER y su equipo. Sin embargo, un par de meses después, los empresarios de medios de comunicación requirieron al presidente que también circulara para su consideración el proyecto del COMFER que receptaba la opinión de los empresarios a la que el gobierno estaba dejando de lado al seleccionar de manera inconsulta el de la SIP. El proyecto que seducía a las empresas, como se dijo, excluía a las organizaciones intermedias ya que según declaraciones del propio interventor del COMFER a *El Cronista Comercial* “nadie escucharía una radio sindical o de los sectores rurales”¹⁸ ¹⁹.

Recién para finales de 1987 se dio a conocer públicamente el proyecto junto al dictamen del COCODE que analizando normativas de otros países, adjuntaba también opiniones de las entidades consultadas. Se trataba de una propuesta discutida y consensuada por actores de diverso cuño político, lo que le daba una fuerte legitimidad. Según Sergio Com “presentaba una afinidad innegable con el proyecto RATELVE de Venezuela, desarrollado durante el gobierno de Carlos Andrés Pérez en 1973”²⁰.

A pesar de que era afín en su concepción al proyecto de la SIP, que el alfonsinismo defendía, poco más de un año atrás, para abril de 1988 la propuesta del COCODE fue abandonada por el Poder Ejecutivo quien la reelaboró favoreciendo la actividad privada, especialmente al eliminar la publicidad de los medios de gobierno y reducir los tiempos permitidos para las asociaciones civiles. También modificó artículos que democratizaban el control de la actividad y aceptó la posibilidad de creación de cadenas.

Sería muy difícil intentar precisar las razones de este giro presidencial en el que la originaria confianza en el debate democrático cedía terreno tan abruptamente, como para abandonar un proyecto ampliamente discutido y consensuado.

Pero no sería absurdo suponer que la decisión guardara relación con las condiciones de un radicalismo y un gobierno que optaban por ceder para sobrevivir a su crisis y a la capacidad de presión de los grupos de interés, especialmente mediáticos.

¹⁸ Citado por COM, S., “Alfoncinismo, contexto político...”, Op. Cit., pág.202.

¹⁹ Pedro R. Sánchez, el secretario del Comfer que movilizaba el proyecto de ley privatista, había sido Secretario de Información Pública de Chubut entre 1977 y 1978; años de gobierno militar

²⁰ Ibidem, pág.202

Sólo mencionar rápidamente los problemas más relevantes de 1987 y la incapacidad gubernamental para afrontarlos, ayuda a conjeturar sobre las razones que llevaron a Alfonsín a “cajonear” el proyecto que había querido.

Es que durante el tiempo que duró el democrático debate sobre el proyecto de la nueva ley de radiodifusión, Alfonsín era jaqueado por la inflación, el déficit fiscal, los intereses de la deuda externa y la caída del precio internacional de los alimentos.

Los ingresos (...) no resultan suficientes para garantizar las crecientes transferencias de recursos desde el fisco hacia los grupos económicos (mediante subsidios y fabulosos sobreprecios) y, para cumplir, al mismo tiempo, con el pago de los intereses de la deuda a los acreedores externos²¹.

Es en este panorama donde podrían encontrarse al menos buena parte de las razones, del giro alfonsinista no sólo en referencia a los medios de difusión.

A los problemas económicos se había sumado además la movilización de la oficialidad de las FFAA (especialmente el Ejército) que si bien había tolerado los juicios a las máximas autoridades castrenses, respondieron fuerte y cohesionadamente a la citación judicial librada para oficiales de segunda línea.

Para la Semana Santa de 1987 los célebres “carapintadas” se amotinaron y luego de todas las vacilaciones, indefiniciones y contradicciones del gobierno y de casi todos los partidos mayoritarios, el señor Presidente de la Nación, en persona, fue a negociar con un Teniente Coronel llamado Aldo Rico que, horas después, revistaría como uno de los “héroes de Malvinas” en el discurso de Alfonsín.

Las tensiones hacia adentro de la UCR se habían potenciado. El peronismo iba saliendo del sopor que le produjo la derrota electoral; Cafiero y Menem empezaban a consolidarse. La burocracia sindical, lejos de desaparecer, había logrado que el dirigente gremial peronista Carlos Alderete fuera nombrado Ministro de Trabajo de la Nación. Saúl Ubaldini había inaugurado el 87 con su octavo paro general contra el gobierno. La UIA criticaba las medidas económicas. Los sectores rurales exigían la eliminación de las retenciones a la exportación. “*El círculo vicioso entre puja distributiva e inflación volvía a regir el comportamiento de los actores económicos*”²².

²¹ BASUALDO, E. y ASPIAZU, D., *El proceso de privatización en Argentina*, La Pá-gina, Argentina, 2002, pág. 18.

²² NOVARO, M., *Argentina en el fin de siglo...*, Op. Cit., pág. 230.

La impotencia del alfonsinismo y la insuficiencia de la institucionalización se hicieron inocultables. No se podía. Una vez más, algo invitaba a pensar que la democracia no es un sistema “todo terreno”; es decir que marcha sólo bajo ciertas condiciones que no están necesariamente presentes en todo tiempo y todo lugar.

Si en las elecciones legislativas de 1985 la UCR había salido airosa, las elecciones del '87 arrojaron resultados más preocupantes. Perdió en diputados y, al nivel de los ejecutivos provinciales el resultado fue demolidor. El PJ puso diecisiete gobernadores y la UCR conservó sólo los de Córdoba y Río Negro

En medio de su impotencia el gobierno pudo todavía con las leyes de Divorcio y Patria potestad pese a la movilización de cierta feligresía... pero los medios de comunicación eran muy otra cosa y además, cuando Alfonsín tuvo en sus manos el proyecto de ley de la COCODE, decidió priorizar otras legislaciones. Fue cuando envió al congreso la Ley de Punto Final, estableciendo que caducaban todas las causas que no hubieran registrado avances en sesenta días²³. Lo que agradó no sólo a las FFAA sino también a la jerarquía eclesiástica y despertó entre cierta adhesión y mucha indiferencia de sectores amplios y diversos.

No debe sorprendernos entonces que el proyecto de ley que ponía límites a las empresas y abría espacios a nuevos actores no encontrara su propio espacio, ni un gobierno capaz de abrírselo.

Alfonsín tomaba otro camino y en ese camino no sólo había perdido buena parte de sus electores centroizquierdistas o filo socialdemócratas sino que además, estaba lo suficientemente acorralado como para tener que avenirse -de buena o de mala gana- a los deseos de grupos de poder que, por otra parte, se preparaban ya para obtener todo cuanto pudieran mientras el gobierno se mantuviera en su debilidad. Y sobre todo, antes de que un posible triunfo peronista en las próximas elecciones, planteara un escenario más afín con ciertos populismos que pudieran impedirles lo que ahora parecía estar “a tiro”.

Alfonsín capitulaba una y otra vez al ritmo de un cambio en el clima de época. Un cambio difícil de resumir en pocas líneas, pero que puede leerse con claridad en un hecho impensable un par de años atrás. El Partido Intransigente del Dr. Alende, el partido más “progresista” dentro de los cuantitativamente significativos, perdía el tercer lugar en las preferencias del electorado y dejaba ese lugar a la UCD. El clima de época, las simpatías iban orientándose en favor de esa fuerza política fundada por el Ingeniero, militar, ministro de la libertadora, Álvaro Alzogaray, y que, así como lo hizo en sus orígenes, en los años por venir

²³ Ibidem.

volvería a jugar a favor del gran capital trasnacional, con políticas de un altísimo costo social.

El papel de los medios de difusión y una elite del periodismo no fue irrelevante en la construcción de ese clima de opinión que empezaba a dominar, e iba dejando de lado la fe en el debate democrático y la participación ciudadana, forjando apenas una modesta asociación entre el concepto de democracia y el acto electoral sin mucho más.

Si en 1983 Alfonsín era la promesa progresista que se recortaba contra el conservador Angeloz que gobernaba Córdoba; en este nuevo marco Alfonsín optó por unirlo como el futuro candidato de la UCR.

Era de aquel Alfonsín de quien podía esperarse una concepción de los medios como la que había alentado. No de este Alfonsín que a comienzos de 1988 la “cajoneaba”.

Pero como la vida no responde a una coreografía, fue posible aun en el marco de tal capitulación, a mediados de 1988, cuando el nuevo proyecto de ley se remitió al Congreso, que el presidente de la Comisión de Comunicaciones de Diputados fuera el ex gobernador de Río Negro Álvarez Guerrero; un radical más afín con la mirada de los primeros tiempos del gobierno, quien trabajó reformulando el proyecto presidencial hasta donde pudo, rescatando algunos elementos de la inicial voluntad.

El esfuerzo puede entenderse como una muestra de la verdadera voluntad de un radicalismo que se negaba a las renunciaciones que de todos modos eran inevitables. O puede interpretarse como una muestra más de un partido que iba y venía a la deriva siguiendo sólo las pendientes que el terreno le fijaba en la caída. Incoherencia o impotencia, en términos prácticos daba lo mismo.

Ya no era tiempo para debates ciudadanos que sintetizarían la verdad infalible del pueblo. Con poca adhesión popular el radicalismo profundizó medidas de ajuste fiscal que contaron con el apoyo de parte del PJ: “*alfonsinistas y renovadores coincidían a esa altura en que la democracia no se sostendría si no se introducían algunos cambios estructurales bastante drásticos*”²⁴.

El proyecto de ley de radiodifusión de la UCR había entrado sólo un par de meses después del nuevo acuartelamiento de Aldo Rico y junto a otro proyecto más privatista aún, presentado por el diputado Grosso²⁵

²⁴ Ibidem, pág. 258.

²⁵ El proyecto de Grosso estuvo mucho más orientado por una concepción industrial del audiovisual de modo que, si bien de hecho no era restrictivo en el acceso, indirectamente favorecía a la presencia del gran capital. Además, limitaba al estado que sólo podría tener una frecuencia en cada área de cobertura. COM, S., “Alfoncismo, contexto político...”, Op. Cit.

(PJ), uno presentado por María Julia Alzogaray (UCD) y una cuarta propuesta presentada por Federico Clérico (del ala menos ultraliberal de la UCD)²⁶.

Para entonces el presidente, que había logrado acuerdos con Cafiero para sostener la institucionalidad- tuvo que vérselas además con la derrota del referente peronista en la elección interna de su partido, frente a un riojano que parecía encarnar los más genuinos y fervientes sentimientos del pueblo peronista. Cafiero había concedido más de un guiño a la UCR para la aplicación del modelo exigido por el FMI y el Banco Mundial

(...) ajuste de las cuentas públicas y de la economía (...un plan) anti-populista y liberalizador que venía imponiéndose no sólo en el discurso, sino en el ethos oficial desde el año anterior, y que orientaba además (la) oferta electoral (de la UCR)²⁷.

Fue en este clima que finalmente tuvo lugar la votación, el 21 de setiembre de 1988 y en ella el PJ y la UCD optaron por el proyecto de Grosso, mientras que la UCR sostuvo el del Ejecutivo pero con algunas modificaciones. Entre ellas, se había removido la restricción a que los medios gráficos tuvieran emisoras en la misma área de cobertura, lo que evidenciaba la renuncia ante la presión, al menos del diario *Clarín* que, como veremos más adelante, venía por todo, con la estrategia del multimedio que la ley impedía y su lógica de ganancias exigía.

El proyecto del oficialismo, readecuado a ciertos requisitos empresarios, obtuvo finalmente el despacho de mayoría de la comisión. Sin embargo, y pese a las concesiones, en ese marco general había poco que esperar.

El proyecto democrático de Ley de Radiodifusión, que Alfonsín había encargado con urgencia a comienzos de 1984 y que había defendido de las pretensiones mercantilistas, nunca vio la luz. Y lo que finalmente salió, ni bastó para satisfacer a los grupos de interés, ni pudo ganar un espacio político entre las urgencias de la crisis, las de un gobierno herido de muerte y las de una oposición conmocionada además internamente. De modo que nunca llegó a ser tratado en una sesión plenaria de la cámara baja.

Alfonsín había suspendido el plan de radiodifusión de la dictadura (PLANARA) hasta que saliera la nueva ley. Pero la ley que lo rigió y nos llegó fue la de la dictadura, que se mantendría aun hasta el año 2009²⁸.

²⁶ No fueron estos los únicos proyectos de ley presentados a lo largo del gobierno de Alfonsín. Pero sí los que más cerca estuvieron de ser ley.

²⁷ NOVARO, M., *Argentina en el fin de siglo...*, Op. Cit., pág. 283.

²⁸ Al momento de escribir estas líneas, si bien había sido aprobada una nueva Ley de Medios Audiovisuales, (26522) ella se encontraba suspendida por una chicana del

El proyecto inicial de abrir el juego a otros operadores de radio y TV no empresarios y repartir frecuencias marcaba un camino que hubiera deshecho lo heredado de “la libertadora” y puesto un límite a la lógica de centralización de la difusión televisiva. Su fracaso ratificaba la política de concentración que era ya una marca registrada de nuestra TV.

Año	Emisoras	Repetid.
1974	35	39
1983	40	132
1987	41	299
1990	41	384
Crecimiento	17%	984%

Fuente: LANDI, O., *Devórame otra vez*²⁹.

En tres lustros, sólo habían nacido seis nuevos canales de TV mientras las repetidoras se habían casi multiplicado por diez. Así el juego se centraba como siempre en pocas manos, pero cada vez más poderosas y el escenario se agravaría, muy poco después, con la reprivatización de los canales.

Quizás no era evidente aún, no obstante desde el presente vemos claramente cómo empezaba a invertirse la lógica inicial de “el negocio para los canales el control político para el gobierno”.

Pero no todo lo actuado por Alfonsín en referencia a la televisión fue un “fracaso” ya que, en el terreno de la TV por cable entregó mucho más en menos tiempo y con todo éxito. Es que allí, la débil legislación facilitaba las cosas y los nuevos tiempos multiplicaban las tentaciones empresarias, desde que el negocio mediático fue trepando en el *ranking* de los preferidos por el capital trasnacional³⁰ hasta llegar a ubicarse inmediatamente por detrás del petróleo como atractivo para la inversión.³¹

Poder Judicial de la provincia de Mendoza y que da muestras del enorme poder de los grupos mediáticos.

²⁹ LANDI, O., *Devórame otra vez*, en MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, Op. Cit., pág. 45.

³⁰ TCI (USA) 51%

³¹ DE MORAES, D., “A lógica do mídia...”, Op. Cit.

En referencia a la TV por cable, en el año 1986 Alfonsín firmó el decreto 1613 con el que se abrió una nueva etapa o si se quiere decirlo metafóricamente, abrió la caja de Pandora.

El Cable

Ya dije que la TV por cable se desarrolla inicialmente esperando la adjudicación de licencias en las zonas donde no llegaban las señales de las grandes ciudades, fundamentalmente porque una reducida masa de audiencia no aseguraba condiciones mínimas de desarrollo al negocio publicitario indispensable para los grandes canales de aire.

Pero cuando la TV por cable empieza a bajar señales satelitales y difundirlas, entra en una nueva era. Ese origen debe rastrearse en una batalla legal en que HBO y Time logran imponerse sobre la Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos (FCC). Allí se sientan las condiciones para la expansión del negocio que entrará en aceleración durante los '80 tras la desregulación de la Cable Communication Policy Act de 1984³².

En la Argentina esto será más simple debido a la ínfima regulación sobre la TV por cable de modo que, prácticamente el único requisito fue que el negocio se hiciera viable. Y esto comenzó con el decreto 1613/86 que daba respuesta a

las inquietudes tanto del sector público como del privado tendientes a que se les autorice a utilizar la señal de la emisora oficial LS82 Canal 7 (...) difundida a todo el país a través del satélite (pero) escasamente aprovechadas³³.

Y es mediante esta vía que se faculta a gobiernos de provincia y municipales para la instalación de estaciones receptoras y repetidoras de Canal 7, para resolver el problema de muchas regiones del país que no disponían de acceso a la TV o donde era muy restringido. Sin embargo, el decreto, luego de la autorización referida, aclaraba brevemente "*Que también es necesario contemplar la posibilidad de que otras estaciones televisoras o de radiodifusión sonora, puedan llegar con sus emisiones a todo el país...*"³⁴

Y más aún

³² BUSTAMANTE, E, Op.Cit, 2003.

³³ Decreto 1613/86

³⁴ Ibidem

Que el sistema que se propugna puede también ser aprovechado por los servicios de radiodifusión, incluyendo los circuitos cerrados comunitarios, para acceder mediante un vínculo más eficaz a los programas que hayan adquirido a LS 82 Canal 7, o de otras emisoras...³⁵

Desde luego estas cuatro palabras no estaban subrayadas en el original sino todo lo contrario porque, bajo la apariencia de fortalecer el canal público y las pequeñas televisoras imposibilitadas de lograr una programación suficiente, lo que el decreto estaba haciendo era permitir que cualquier operador de servicios de radiodifusión pudiera bajar del satélite y difundir lo que se le diera la gana.

Toda la televisión del mundo estaba ahora al alcance de las manos de quien quisiera difundirla. La libertad se imponía. Claro, la libertad de quien tuviera el capital necesario para hacer frente a un negocio multimillonario. Una libertad que evoca la encarnizada defensa que los Estados Unidos hacían por el libre flujo de la información un lustro atrás, cuando desde la UNESCO se planteaba la necesidad de un nuevo orden internacional de la información y la comunicación (NOMIC) que regulando los flujos informativos internacionales, los equilibrara frente al oligopolio de las grandes agencias de noticias (Informe Mc Bride).

Gracias a la “libertad” asegurada por el decreto 1613 de Alfonsín, Argentina se modernizaba y podía al fin disponer de servicios televisivos que ofrecieran durante las 24hs, una oferta televisiva de varias decenas de señales.

[Esto] significó la refundación de la televisión por cable. La etapa satelital dio lugar a la televisión multicanal, y la oferta de señales creció exponencialmente a través de dos vías: la bajada de señales satelitales extranjeras para su redistribución y el aumento de la producción propia debido a la unificación del mercado nacional^{36 37}.

Sólo se requería “ser operador de servicios de radiodifusión” y tener los recursos para adquirir esos costosos contenidos. En esas condiciones y dada la magnitud del negocio en ciernes, inexorablemente ganaría el gran capital porque a la enorme inversión que requiere la adquisición de las señales programadas (que tienen precios internacionales) se debe agregar la enorme inversión de la red física, es decir el cableado.

Notablemente y como ya adelanté, esta era la única fortaleza de un actor menor: las empresas (generalmente cooperativas) que brinda-

³⁵ Ibidem. El resaltado es del autor.

³⁶ También desde aquí “el mercado” alentaba de hecho la creación de esas redes nacionales que el control político desde Aramburu pretendió evitar apelando al derecho.

³⁷ ALBORNOZ, L., “La política a los pies...”, Op Cit, pág.141.

ban servicios públicos (telefonía y electricidad), quienes en muchísimas localidades del interior contaban con una infraestructura propia de cableado. Por eso, años después cuando el negocio se haya definido claramente y estos prestadores de servicios públicos intenten entrar al juego, los defensores de la libertad prescindirán de los servicios de la mano invisible y, optando por una “mano negra”, lograran una reforma legislativa para prohibirles brindar servicios televisión por cable³⁸.

Volveremos sobre esto al analizar lo sucedido durante el gobierno de Menem, cuando se opera el cambio definitivo de condiciones legales para permitir exacerbar en este espacio, la imposición de las lógicas mercantiles.

No obstante, ya a principio de los ‘80 la TV por cable va dejando de estar restringida a las ciudades pequeñas del interior y empieza a desarrollarse un incipiente cableado en la zona norte de la ciudad de Buenos Aires, como un servicio dirigido a hogares de nivel socioeconómico alto, cuyo principal atractivo era la ausencia de publicidad³⁹.

Frente a los modestos pioneros del interior, en la capital hicieron la punta dos empresas: Cablevisión con un solo canal (5 de la Lucila), que era inicialmente propiedad del ingeniero Garrido y que sería comprada a fines de 1982 por el empresario Eurnekian. Y la otra era Video Cable Comunicación (VCC) propiedad de Samuel Liberman (representante de relojes y distribuidor mundial de flores frescas) que empezó a operar en diciembre de 1982 emitiendo tres canales. Ambas empresas se repartieron sus zonas de influencia estableciendo dos monopolios de hecho^{40 41}.

“Casi al mismo tiempo que se sancionó la Ley 22.285 comenzó el cableado de los grandes centros urbanos y una renovación tecnológica que continúa hasta nuestros días”⁴², pero fue el decreto de Alfonsín el que dio vía libre al negocio. Y este decreto no fue, sin embargo, la única gran concesión durante su presidencia; también existió la posibilidad

³⁸ El artículo 45 de la Ley de Radiodifusión 22.285 reformado por la Ley 26.053 sancionada el 17 de agosto de 2005 dispuso en el inciso h), como requisito para obtener una licencia, “No ser persona jurídica prestadora de un servicio público” ni director o administrador, ni accionista con más del 10%. En el caso de los servicios complementarios (TV por cable) podrá brindarlos allí donde no exista otro prestador. En agosto de 2009 el Juez Federal N° 1 de Córdoba Dr. Ricardo Bustos Fierro, declaró inconstitucional el nuevo artículo 45 de la Ley.

³⁹ A diferencia de los cables del interior que insertaron publicidad desde el principio, los de capital lo hicieron recién cuando el sistema estuvo consolidado. ALBORNOZ, L., *Al fin solos*, Op. Cit.

⁴⁰ ALBORNOZ, L., “La expansión del cable en la Argentina”, Op. Cit.

⁴¹ AAVV., *Medios política y poder*, Op. Cit.

⁴² ALBORNOZ, L., “La política a los pies...”, Op. Cit., pág. 141.

de abrir el juego a nuevos actores en la banda de UHF abriendo allí un espacio televisivo social y cultural que la Argentina se debía. Lejos de eso, mediante un decreto del COMFER empezaron a entregarse las licencias a personas que las codificaron convirtiendo ese espacio también en televisión paga⁴³.

⁴³ COM, S., "Alfoncinismo, contexto político...", Op. Cit., pág. 208.

Los '90

“FINAL FELIZ”

No fueron pocos los argentinos que esperaban el final de la dictadura con la idea de reinstaurar el modelo de país precedente, aquel de la extendida clase media, la movilidad social, y los elevados índices en educación y salud. “*Alfonsín quiso restaurar el modelo de economía y sociedad en que se había criado, aunque no tenía una idea precisa del balance de ganadores y perdedores de las políticas del Proceso*”¹.

Bajo las políticas de Martínez de Hoz, un puñado de grandes grupos empresarios se había consolidado conformando ahora un *establishment* acuñado por el fácil acceso al capital financiero internacional, que luego gracias a resquicios legales y generosas políticas oficiales, descargaron sus deudas en el fisco.

Por lo tanto, las políticas económicas de los primeros años del alfonsinismo asumidas con “demasiada autonomía” respecto de nuevos grupos de poder y sobredimensionando la importancia de la política respecto de la economía, le granjearon un escaso favor del empresariado.

Las constantes críticas a la “patria financiera” eran para este sector una evidencia más de la incapacidad de los políticos para comprender el funcionamiento de una nueva época donde la modernización estaba dejando atrás a las retardatarias ideas socializantes.

Si algo aprendieron los economistas del gobierno y de la oposición a lo largo de la gestión de Alfonsín (fue que las) decisiones de inversión (de los grandes empresarios) habían llegado a ser tan decisivas para el funcionamiento global de la economía, como difíciles de controlar para las agencias públicas².

Pese a las profundas tensiones entre este empresariado y el gobierno, no cundió la alegría cuando el 8 de julio de 1988 se impuso en la interna peronista el caudillo de los llanos riojanos porque, ante el

¹ NOVARO M., *Argentina en el...*, Op. Cit., pág. 287.

² *Ibidem*, pág.290.

fantasma de un nuevo “populismo”, la civilización tembló por la resurrección de la barbarie.

Antonio Cafiero había logrado liderar la renovación del peronismo tras la derrota de 1983 y venía colaborando parcialmente con el alfonsinismo con vistas a lograr, luego de casi medio siglo, una transición ordenada de un gobierno electo a otro. En medio de una crisis económica de proporciones, el alfonsinismo timoneaba la nave con esa esporádica e invaluable ayuda, al tiempo que cerraba magros acuerdos con la UIA para el que sería su próximo y débil plan económico (Plan Primavera) y soportaba silbatinas y amenazas de la Sociedad Rural y otros sectores del agro, que se resistían a las retenciones a la exportación³ y otras medidas que el gobierno necesitaba de modo vital para paliar la crisis fiscal. Crisis que a su vez impedía cumplir los compromisos con el FMI y el Banco Mundial, lo que trababa créditos acordados que también eran vitales para el gobierno.

Pero aún en un contexto tan adverso, la “amenaza” que para muchos representaba Menem tuvo importantes efectos. Por un lado, obvio, excluyó a Cafiero de la posibilidad de consensuar con vista a la transición. Por el otro, desalentó a muchos grupos económicos de poder, respecto de las ventajas que podían esperarse cuando finalizara el gobierno de Alfonsín y, por sobre todo, envalentonó a la UCR que vio la posibilidad de repetir la experiencia de 1983 y arrebatarle las elecciones a un PJ que no había comprendido la lección⁴.

Fue en ese marco que el candidato radical Eduardo Angeloz planteaba una propuesta de gobierno “modernizante”, que renunciaba a históricos principios de la UCR, acercándola incluso de algún modo, a aquellos contra quienes se forjó. Y Alfonsín no sólo ungió a ése, que había sido un adversario interno, sino que fue orientando su gobierno en el mismo sentido. Fue del alfonsinismo el anuncio de transformar a Aerolíneas, Líneas Marítimas Argentinas y ENTEL en sociedades anónimas y vender parte de las acciones a inversores privados. Suya fue la paulatina reducción de barreras arancelarias al comercio y restricción de importaciones en algunos sectores claves. Fue suya y de su candidato la liberalización del tipo de cambio. Y ya ni siquiera fueron suyas las negociaciones entre Caridi y Seineldín, cuando este lideró un nuevo

³ En este sentido, debería poder sorprendernos que veinte años después, los mismos grupos, resistiéndose a las retenciones a la exportación, levantaran a Alfonsín como modelo contra el gobierno de Cristina Kirchner.

⁴ Ibidem.

levantamiento carapintada que, a diferencia de Semana Santa y Monte Caseros, costó vidas humanas⁵.

El candidato justicialista, mientras tanto, se mantuvo expectante en una estrategia de silencio y ambiguas intervenciones que en nada ayudaban al clima de incertidumbre reinante, mientras que, con enorme discreción, iba tejiendo acuerdos con diversos sectores. Así comenzó 1989, en espera de las elecciones nacionales del mes de mayo.

Bajo presión de los acreedores internacionales y una carrera generalizada tras el Dólar, la divisa aumentó 400% en los primeros cuatro meses y para frenarla las tasas de interés llegaron al 100% mensual en abril. La inflación superó ese mes el 30%. Las asociaciones empresarias ya habían retirado su apoyo al *Plan Primavera*. Las organizaciones gremiales estaban en estado de alerta. El Ministro de Economía renunció. Y los ingresos públicos cubrían apenas el 25% de los gastos.

El 14 de mayo de 1989, el radicalismo fue a elecciones con Angeloz y un programa de corte neoliberal que no le alcanzó para imponerse al riojano, pero no hizo una mala elección. Obtuvo el 37% de los votos frente al 47% de Menem mostrando así que el liberalismo económico que esgrimió Angeloz como bandera, tenía ya un importante apoyo en el clima de opinión de la época.

Me interesa especialmente destacar esta cuestión, para evitar el facilismo de atribuir a un individuo -en este caso Menem- todos los cambios que introdujo y facilitó en general, y en referencia al espacio audiovisual en particular.

En los días siguientes [a su triunfo electoral] el Presidente electo se mantuvo, como hasta entonces, indiferente a los intentos del gobierno por involucrarlo en una solución de la crisis, y aun a los esfuerzos de la prensa por conocer su opinión sobre lo que debía hacerse⁶.

Acosado por la crisis, el 23 de mayo Alfonsín declaró que había ofrecido la entrega anticipada del gobierno pero el peronismo se había negado a aceptar esa propuesta, lo que profundizó la incertidumbre reinante, no sólo porque significaba la declaración de impotencia del gobierno saliente, sino también por la que parecía manifestar el nuevo presidente que ni siquiera había presentado un gabinete.

Las consecuencias son por todos conocidas: 132% de inflación en junio y 299% en julio totalizando un aumento de precios del 934% en el semestre. 30% de pérdida en capacidad adquisitiva en los salarios in-

⁵ Ibidem. En ese sentido se cobraría aun más vidas la aventura del movimiento MTP cuando días después (el 23 de enero de 1989) y por la supuesta amenaza de un golpe de estado en ciernes, militantes de esa organización atacaron y ocuparon por unas horas el regimiento III de La Tablada.

⁶ Ibidem, pág. 305.

dustriales y más aún en el sector público. Catorce muertos a manos de la represión pero también a manos de comerciantes que se defendían ante los saqueos en Córdoba y Rosario. Entonces Alfonsín declaró el Estado de Sitio y se reunió con Menem con el objeto de alcanzar acuerdos para adelantar la asunción. Había acuerdo sobre la deuda externa, sobre la firma en el congreso de facultades especiales para el Ejecutivo para enfrentar la crisis, pero la negociación se trabó especialmente en torno a la cuestión castrense cuando los representantes de Menem exigieron que antes de irse, firmara el Indulto a las Juntas.

Alfonsín se negó a eso y junto al vicepresidente Víctor Martínez firmaron en cambio la renuncia ante el Congreso. Entonces sí, el 8 de julio de 1989, cinco meses antes de lo previsto, Carlos Menem asumió el gobierno nacional.

En términos generales, la gran mayoría esperaba que el nuevo gobierno apelara a los pilares históricos del peronismo: el movimiento obrero, los empresarios del mercado interno y el Estado con su rol de permanente intervención. Y en ese marco, no eran pocos los que descontaban un estrepitoso fracaso. Pero el gobierno, luego de no pocas marchas y contramarchas, luego de dos años difíciles e inciertos, fue encontrando otras salidas francamente novedosas e inconcebibles poco tiempo atrás.

La experiencia precedente había calado hondo en las disposiciones de gran parte de los argentinos.

Algunas pautas culturales que habían demostrado una gran estabilidad en la vida política argentina, por caso el nacionalismo (...), y los ideales de regulación estatal, integración e igualdad sociales, serían macizamente afectadas. Otras, por tradición controvertidas, como la valoración del capitalismo y la protección de derechos individuales, experimentaron profundas torsiones y redefiniciones⁷.

El PJ regresaba al poder, justo cuando los hechos resaltaban la dificultad de restablecer sus políticas tradicionales y con un presidente elegido en internas impecables lo que le daba, partidariamente hablando, una gran legitimidad para gobernar.

Por fuera del partido, se había invertido medio siglo y mucha sangre en la disputa sobre continuar la línea marcada por el peronismo, profundizarla o salir de ella. Paradójicamente, fue desde el mismo peronismo que la tensión se resolvió, en contra de lo que el peronismo fundacional había trazado y en un sentido que los enemigos del peronismo habían soñado una y otra vez. Fue Menem quien estuvo allí, donde, y cuando, se conjugaron un sinnúmero de variables que habi-

⁷ Ibidem, pág. 324.

litaban una salida que hasta muy poco antes hubiera sido considerada imposible, especialmente al interior del PJ.

“Menem lo hizo” podrían afirmar algunos apologistas apelando al slogan con que supo presentar la mayor parte de las obras realizadas durante la gestión⁸. Otra manera de decirlo sería que Menem fue capaz de gestionar el gobierno, “surfeando” sobre la corriente que imponían los hechos, asumiendo decisiones y estrategias, de manera brillante y absolutamente pragmática, y adaptándose a lo que fuera necesario sin importar el costo social que se pagaría.

Lejos de apostar a la institucionalidad democrática como recurso clave para resolver los problemas nacionales, asumió que la institucionalidad democrática exigía ciertas condiciones de posibilidad, que se propuso asegurar.

Lo lograría con un fórmula que no había sido siquiera imaginable en los años previos, consistente en avanzar por dos sendas que Alfonsín había intentado recorrer, pero había encontrado bloqueadas una y otra vez por obra del propio peronismo en la oposición: la gestión de reformas del Estado y de la economía asistida y protegida (...). Esto suponía (...) desmontar múltiples formas de intervención estatal y a la vez (...) incrementar la capacidad del Estado de imponerle reglas a la sociedad⁹.

Las reformas “de mercado” emergieron como el modo de cambiar el marco político y económico vigente hasta entonces. El peronismo por su parte, como el pivote de un régimen institucional más sólido, estable e “integrado al mundo”.

No olvidemos que entre las fuerzas que orientaron las políticas de la década revisten con particular importancia la expansión del capital financiero con todo el sentido que eso tuvo para los mayores grupos empresarios locales; el desmembramiento de la URSS con todo el sentido que eso tuvo para la resistencia desde la izquierda; y el retroceso del Estado de Bienestar en Europa, con todo el sentido que eso tuvo para las posiciones más afines a la socialdemocracia.

No sin dificultad, pero con toda celeridad, Menem se orientó a incorporar nuevos grupos de apoyo que serían claves con vistas al futuro inmediato.

La designación del Ministro de Economía sería el indicio inaugural, clave nada sutil que Mariano Grondona y Bernardo Neustadt¹⁰ inter-

⁸ Una célebre campaña de propaganda con ropaje de “información pública” que el gobierno hizo a cambio de deudas que los medios mantenían con el fisco.

⁹ *Ibidem*, pág. 327.

¹⁰ Grondona y Neustadt fueron los periodistas estrellas de la TV de la época, abocados a la defensa de los intereses del capital más concentrado.

pretaron con grácil lucidez. Luego de haber mantenido, en el programa periodístico que conducían, una sistemática crítica a Menem como amenaza populista, tras la designación de Miguel Roig en ese cargo ambos periodistas iniciaron la emisión subsiguiente levantando a cámara sus dedos en “V”, recuperando así el saludo usado por los justicialistas a quienes se habían opuesto ferozmente hasta ese instante. Y un grupo de empresas líderes junto al Consejo Empresario Argentino, publicaron una solicitada en diario *Clarín*, manifestando su decidido apoyo¹¹.

La nominación de Roig en Economía era la de un directivo de la firma Bunge y Born, uno de los principales exportadores de granos y formadoras de precios, símbolo del empresariado enfrentado al peronismo. “*Perón lo había denunciado como máximo exponente del capital antinacional (los vendepatrias)*”¹². Y cualquier duda se disipa al recordar que, como Roig falleció a poco de asumir y haber fijado medidas de clara inspiración neoliberales, en su lugar fue nombrado Néstor Rapanelli que, “curiosamente”, era también un directivo de la firma Bunge y Born.

Y como subrayando el tenor de sus decisiones, Menem nombró a Álvaro Alzogaray¹³, fundador y referente nacional de la UCD, como asesor en el tema de la deuda. Posteriormente, fue incluyendo a miembros de ese partido en cargos de gran importancia. Recordar que Alzogaray había ocupado el tercer lugar en las elecciones presidenciales ayuda a no olvidar el clima de época.

Se trataba de acompañar el curso de los acontecimientos y comprender que los tiempos habían cambiado. La hiperinflación vino a jugar como comprobación empírica del agotamiento de un modelo de país al que se aferraban nostálgicos fracasados, izquierdistas¹⁴ y socialdemócratas.

Para esto Menem debió trabajar duro incorporado en su base de sustentación política a un empresariado cuyo horizonte requería más aire y aperturas, sin perder a quienes lo sustentaban en ese momento. El concepto que se acuñó -y esto no era algo privativo de la Argentina- puede resumirse en “no hay otra opción”. Menem lo dijo:

¹¹ Ibidem.

¹² Ibidem, pág. 340

¹³ El Capitán e Ingeniero Alzogaray, entre otros importantes cargos, fue Ministro de la Revolución Libertadora que derrocó a Perón en 1955 y embajador en USA en la dictadura a Onganía. Fue el principal referente del liberalismo en Argentina.

¹⁴ Cierta “izquierda” había visto un modesto florecimiento a mediados de los ‘80, en esa variante más o menos “light” que constituyó la juventud del Partido Intransigente y que, en el marco de sus erráticas políticas, fue a las elecciones del ‘89 apoyando a Menem, lo que concluyó en una diáspora que en poco tiempo sepultó al PI.

Yo estoy poniendo en marcha el verdadero justicialismo. El justicialismo aggiornato, actualizado. Es una actualización a la que Perón hizo referencia varias veces. No es nada del otro mundo, pero no nos olvidemos que el peronismo, como cualquier otra ideología política (...) tiene y tuvo que superar etapas...¹⁵.

Las primeras medidas económicas no fueron muy diferentes a las tomadas por el gobierno de Alfonsín durante los sucesivos y más o menos volátiles planes económicos que instrumentó en su agonía. Y los resultados de esos planes tampoco fueron en este caso muy distintos, incluyendo un segundo pico hiperinflacionario que llevó al reemplazo de Rapanelli por Erman González.

Así terminaba 1989, con un tercer Ministro de Economía y un presidente decidido a pilotar la situación sin cambiar de rumbo, e imponiendo lo que estaba dispuesto a imponer, en el marco de un total descrédito del Estado y las instituciones y la arrolladora presencia de un lineamiento político económico, que dio en llamarse el Consenso de Washington.

Aquellos oscuros tiempos de la guerrilla y la crisis económica habían dado paso al genocidio castrense y la profundización de la crisis. Y, cuando la democracia se restauró, la crisis económica fue aun más profunda todavía. Se podría decir, quizás, que las hiperinflaciones tuvieron un efecto más devastador en el conjunto de las disposiciones sociales, que en las contabilidades públicas y privadas. Omitir esto, impediría comprender el curso de los hechos y la mansedumbre social con que se recorrió el nuevo camino. El “espíritu” de la época -y las campañas propagandísticas montadas sobre esas disposiciones incorporadas por los agentes sociales- fueron una de las principales condiciones de posibilidad para lo que siguió.

No es el objeto de estas líneas analizar las dificultades que tuvo Menem y cómo hizo para encolumnar al PJ en este giro, para avanzar en la Reforma Laboral pasando por sobre derechos que se pensaban inamovibles, para resolver las tensiones del frente militar incluso después de los indultos, para disponer de una Corte Suprema afín, para manejar las relaciones con el empresariado que no era un bloque homogéneo e incondicional y para vérselas con los acreedores internacionales reacios a incluir a Argentina en el *Plan Brady* a pesar de que entre Menem y Bush padre ya se avanzaba en términos de “relaciones carnales” tanto como se avanzaba en las privatizaciones y aplicación de las recetas fijadas por el FMI y el Banco Mundial.

¹⁵ *El Cronista Comercial*, 2 de julio de 1989 citado en NOVARO M., *Argentina en el...*, Op. Cit., pág. 344

Debió pasar aun mucha agua bajo el puente que Menem erigió en ese momento hasta estabilizar estructuralmente la economía definiendo un modelo con claros ganadores e incontables perdedores. Pero lo que efectivamente interesa aquí, a la luz del contexto descrito, son los pilares que Menem se dio para la construcción de ese puente.

Ni bien asumió y probablemente sabiendo que el tiempo era la variable principal en la ecuación del éxito o fracaso, *Menem envió al Congreso dos proyectos de ley: el de Reforma del Estado y el de Emergencia Económica*. Dos paquetes que fundamentalmente consistían en una masiva delegación de facultades legislativas al Poder Ejecutivo, entre ellas la posibilidad de decidir la privatización de empresas públicas, el momento, el modo y, para ello, la capitalización de bonos de la deuda pública¹⁶.

Básicamente, con estas leyes el gobierno podría tomar rápidamente importantes decisiones que, de otro modo, hubieran requerido todo tipos de maniobras en el Congreso.

Privatización de los canales y primeras consecuencias

Cuando Menem llegó al gobierno, muchos debates de los años recientes eran ya historia antigua. Especialmente la cuestión de los canales de televisión y radios no pertenecientes al Sistema Oficial de Radio-difusión. Parecía que nadie dudaba de la conveniencia de privatizarlos o, mejor dicho, de la conveniencia de que todo fuera privado. Y nadie que dudara de esto, tenía por esos días muchas posibilidades de hacer pesar su punto de vista, en el clima de opinión reinante.

Para privatizar, no sólo los canales, era necesaria la Ley de Reforma del Estado que evitaría penosos y riesgosos debates parlamentarios; y para privatizar específicamente los canales, era necesario un artículo de esa ley, que daría grandes beneficios al grupo *Clarín*. Muchos elementos invitan a suponer que no se trataba de una decisión de último momento.

La cuestión central, en referencia a la privatización de los medios de difusión, fue la modificación de artículos clave de la Ley vigente 22285/80, donde se regulaban las adjudicaciones de licencias. Así se eliminaron:

¹⁶ Sólo uno de los aspectos cuestionables de las privatizaciones consistió en haber recibido de los oferentes, títulos de la deuda pública a valor nominal cuando en el mercado estaban cotizando a valores que en muchos casos no alcanzaban al 50%.

§ Del art. 43 inciso c), *la restricción a un máximo de tres licencias, para una misma persona física o jurídica, en una misma zona cobertura.*

§ Del art. 45 inc. e), *la limitación para que el socio o propietario de una empresa licenciataria, pudiera presentarse al concurso de una nueva licencia y, muy especialmente, la restricción a que se presentaran a concurso personas ligadas a una empresa periodística (eso iba especialmente por los medios gráficos).*

§ Del art. 46 inc. a), *la restricción a que la licenciataria tuviera otra actividad económica distinta de la prestación de servicios de radiodifusión y de su inc. c) la restricción a que los socios debieran ser sólo personas físicas y no más de veinte.*

El ímpetu reformador no alcanzó para que las asociaciones sin fines de lucro participaran de la Radiodifusión Nacional. No obstante, al año siguiente el COMFER mediante la resolución 858 estableció:

(...) es bueno y Justo que el poder del Estado se sienta requerido por la resistencia moral de la Iglesia Católica, resultando oportuna la presente medida aclaratoria y complementaria, permitiendo que aquella (...) pueda acceder a la voz (radio) y/o imagen (televisión) en igualdad de condiciones con los sujetos establecidos en el art. 8 inc. a de La Ley 22.285¹⁷.

A partir de allí el Ejecutivo fue permitiendo la instalación, a lo largo del país, de unas doscientas radios de la Iglesia que fue la única entidad sin fines de lucro habilitada a tal fin. ¡Un verdadero milagro!

Los cambios en los artículos de la ley de la dictadura abrían un panorama completamente nuevo ya que, sin un máximo de licencias por zona, desaparecía el principal freno a la tendencia oligopólica de la actividad allí donde un prestador la realiza. Y si un titular podía presentarse a tantos concursos como quisiera, el oligopolio podía extenderse más allá de la zona de cobertura donde originariamente la empresa operaba. Finalmente, si la modificación daba cabida a empresas no exclusivamente dedicadas a la radiodifusión, sería posible quizás, que súbitamente, la aventura radiotelevisiva se le cruzara por la cabeza a los propietarios de algún diario que contara con personal, oficinas comerciales y sobre todo relaciones con poderosos anunciantes en todo el territorio nacional. *Clarín* podía ser uno de los cientos de miles de periódicos argentinos en condiciones de intentarlo.

La obsesión de Aramburu con los medios, después de la experiencia peronista (que fue también de los dictadores que le siguieron, y de

¹⁷ Resolución número 858, del COMFER.

más de un presidente democrático) se disipaba. Si desde 1955 se había tratado de evitar la conformación de un bloque mediático poderoso que pudiera ponerse al servicio de un gobierno (o en su contra), el temor desaparecía ahora en nombre de una globalización modernizante y desreguladora, de la que Estados Unidos era el paradigma¹⁸.

¿Por qué los gobiernos cedían ante las industrias de la comunicación masiva? Según algunas propuestas esto era consecuencia de un cambio tecnológico que dio paso de la vieja televisión fordista hacia una nueva industria audiovisual, volviendo obsoletos a los marcos regulatorios precedentes. Otros autores, lo interpretan como el resultado de un triunfo de los intereses privados sobre los gobiernos y el interés público¹⁹.

De uno u otro modo lo evidente es que el gobierno no veía, como antaño, una amenaza en un empresariado radiotelevisivo fuerte y concentrado.

Ésta es la situación a mediados de 1989, cuando la modificación de la Ley 22.285 da sólo el primer paso de un largo camino, cuyo decurso y particularidades sorprenderían hasta a las más frondosas imaginaciones.

Con la reforma del artículo 45 de la Ley 22.285 de la dictadura, por parte del artículo 65 de la Ley 23.696/89 del flamante menemismo, se daban las condiciones para comenzar la primera privatización que, a las postres se vería, tenía un carácter emblemático²⁰.

Ya dije que en general había un clima de opinión claramente adverso hacia “lo público”, que estaba asociado a lo “ineficiente”, “inútil”, injustificadamente costoso, corrupto. Así, la idea de privatizar no encontró demasiados críticos o, por lo menos, las opiniones críticas no encontraron demasiados espacios donde manifestarse. Además, a menudo, las resistencias surgieron menos de una posición política que de la preocupación corporativa de quienes veían peligrar sus fuentes de trabajo y, como veremos, el caso de los canales no sería la excepción.

Una particularidad de la “resistencia” en el caso de los canales de TV fue que el tema movilizaba entre otros, a personajes de la cultura

¹⁸ Ya señalé que en Estados Unidos la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) fue, y es absolutamente estricta en evitar conformaciones oligopólicas (o de gran asimetría) en la radiodifusión, y el espíritu de las leyes que regulan el audiovisual allá, es muy distinto del que, en su nombre, se aplicó en la Argentina

¹⁹ GALPERIN, H., “La reforma en...”, Op. Cit.

²⁰ Debe reconocerse también que el mismo instrumento jurídico facultó al Poder Ejecutivo para regularizar la situación de miles de radios FM “ilegales” que comenzaron a funcionar desde la recuperación de la institucionalidad democrática. Radios que en cierto modo operaron como un laboratorio donde observar las posibilidades de la radiodifusión en un espacio estrictamente comercial y de competencia.

y de la farándula, con cierta notoriedad pública, cuya opinión podía permear relativamente las barreras que ponía la empresa periodística y cuyo reconocimiento social le daba a sus juicios un poco más de legitimidad que la otorgada a los trabajadores de otros sectores.

Pero los trabajadores de los canales estrictamente tampoco estaban en condiciones favorables para enfrentar al gobierno, debido a que la enorme deuda -especialmente en el caso del canal 11 de Buenos Aires- hacía imposible su funcionamiento sin el salvataje oficial, del que dependían incluso para pagar los sueldos. Ni qué hablar de las deudas con proveedores y el embargo que pesaba sobre el canal por parte de las distribuidoras de películas. La situación del 13 era sólo un poco mejor²¹.

Además, los principales intereses enfrentados a esa resistencia eran los del empresariado periodístico, agentes privilegiados en la administración de los flujos informativos y el trabajo de construcción de “opinión pública”: Para ellos se abría la puerta grande del negocio.

Y el punto más sensible de la cuestión, probablemente haya que buscarlo hacia adentro del peronismo que no había llegado al gobierno con una propuesta privatista o neoliberal clara y explícita como Angeloz y Alzogaray (primera y segunda minoría respectivamente) y donde muchos de sus hombres -como se iría viendo- no adherían a las privatizaciones o, por lo menos, al estilo con que el gobierno iría concretándolas. El peronismo no era un bloque homogéneo decidido a enrolarse en el Consenso de Washington y aplicar las recetas neoliberales de manera arrasadora.

Y más aún, hacia al interior del núcleo duro privatista todavía era áspera la disputa acerca de abrir o no el negocio mediático al capital extranjero, que históricamente había estado legalmente excluido de los medios nacionales, así como de los de casi todo el continente.

Jorge Rachid a cargo de la Secretaría de Prensa y Difusión se enrolaba en los “nacionalistas” donde, como es de imaginar, militaba con fuerza el *Grupo Clarín*, enfrentando al mendocino José Luis Manzano y el senador de Salta Juan Carlos Romero que operaban a favor de la “apertura”. Mariana Baranchuk transcribe un ilustrativo fragmento de una entrevista realizada a Rachid:

La noche que se sancionó la Ley de Reforma del Estado me tuve que quedar toda la noche en el recinto vigilándolo(...) ahí (...) le digo a Manzano, mirá que vamos a volver a las viejas prácticas peronistas, yo te tiro a la zanja si vos me habilitás el capital extranjero...²²

²¹ BARANCHUK M., “Canales 11 y 13: La primera privatización de la década menemista”, en MASTRINI, G., (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005.

²² RACHID J. citado en BARANCHUK M., “Canales 11 y 13...”, Op. Cit., pág. 217.

Si bien el capital extranjero no logró entrar en ese momento, lo haría muy poco después.

Al final, fue la debilidad económica de los dos canales, fuertemente endeudados, el mango por donde los privatistas tomaron la sartén. Tras asumir, el gobierno nombró al interventor del 13 y junto con él fue como gerente de programación y noticias Abel Maloney, periodista ligado a *Clarín*, quien confrontó con el personal de la emisora²³ agravando ya los conflictos que se mantenían por salarios adeudados. Eso desencadenó un paro y la confluencia de los distintos gremios (televisión, actores, prensa, entre otros). Fue entonces cuando el ministro de Obras y Servicios Públicos anunció que hasta que se realizara la transferencia total de los canales 11 y 13 a manos privadas, permanecerían cerrados.

La maniobra fue brillante porque a partir de ese momento, ante la amenaza de perder la fuente de trabajo, las consignas giraron en trono a mantener abiertos los canales y la privatización quedó fuera de debate.

En esos días fue el acto de entrega de los premios Martín Fierro y muchos de los premiados, al agradecer, aprovecharon para manifestar su solidaridad con los trabajadores de los canales pidiendo que se los mantuviera abiertos. Contra eso, el argumento dominante se reducía más o menos a ¿por qué mantener semejante fuerte de pérdidas mientras en los hospitales faltaban medicamentos?, pero la notoriedad del caso justificó una negociación entre el gobierno y el conjunto de los sindicatos.

La promesa del cierre no se llevó adelante²⁴, por el contrario, ante el reclamo oficial por el enorme costo que significaban los canales para el gobierno, y la respuesta sindical que acusaba a los gobiernos por su mala administración, se acordó entonces una administración conjunta.

La coadministración había comenzado en la primera quincena de agosto, y el Tesoro Nacional debió enviar en septiembre un partida reducida para completar los sueldos y de allí en más no tuvo que poner más dinero²⁵.

Si algo pone en evidencia que las privatizaciones no respondían -al menos de manera prioritaria- al déficit de las empresas, es que precisamente el 21 de ese mismo mes de setiembre, independientemente de

²³ “...los trabajadores del noticiero de Canal 13 iniciaron un paro que se prolongó por 15 días por fuertes enfrentamientos con Maloney que (...) se presentó diciendo “*Clarín* soy yo y tengo que dejar todo listo para cuando llegue”. MALONEY, A., citado en BARANCHUK M., “Canales 11 y 13...”, Op. Cit., pág. 218.

²⁴ Muy poco después, cuando se privatizaran los ferrocarriles, se esgrimiría la célebre amenaza “Ramal que para, ramal que se cierra”; y entonces sí, la amenaza se cumpliría con rigor.

²⁵ *Ibidem*, pág. 230.

lo que la experiencia iba mostrando, Menem firmó el decreto 830/89 llamando a licitación para privatizar los dos canales capitalinos. (Recordemos que el nueve ya estaba en manos de su viejo propietario).

El proceso de privatización fue veloz y luego de impugnaciones y ajustes, el Canal 13 quedó en manos del grupo *Arte Radiotelevisivo Argentino SA* (ARTEAR) conformado por Ernestina Herrera de Noble (*Clarín*), Horacio Magnetto y nombres fuertemente vinculados a diarios y otros canales del interior (entre ellos el Canal 12 de Córdoba).

Se habían postulado también para obtener la licencia:

§ El grupo *Argentevé* liderado por Julio Ramos (*Ámbito Financiero*) junto a directivos de otros medios gráficos.

§ *Productora Federal* que contaba con apoyo de los trabajadores.

§ *Televisora Federal* (TELEFE) con los hermanos Vigil de *Atlántida* y una decena de canales del interior.

Perdedora aquí, TELEFE ganó allá y se quedó con el Canal 11, desplazando, entre otros, al *Tavemac* de la familia Macri y el célebre Goar Mestre.

Imagen Visión conformada entre otros por Daniel Vila, miembro de una poderosa familia mendocina que, junto a José Luís Manzano y el célebre anticastriista Mas Canosa, conformaron uno de los más grandes grupos multimedia del país, con centro en la zona de Cuyo²⁶.

El decreto 1540 del 22 de diciembre de 1989 concedió las licencias a los flamantes titulares y en sólo una semana, el 29 de diciembre se otorgaron los canales. La era de la concentración había comenzado y, si se tiene en cuenta que Menem había asumido el 8 de julio, podríamos llegar a creer que la ineficiencia estatal tenía un cierto carácter selectivo²⁷.

Los réditos no se hicieron esperar y para ilustrarlos se justifica una cita de Novaro quien, tras reseñar las dificultades que durante los primeros meses tuvo Menem para encolumnar a sectores opositores del propio PJ, evoca la convocatoria que efectuó como demostración de fuerzas. Al respecto dice:

(...) a comienzos de abril logró llenar la Plaza de Mayo con simpatizantes convocados allí por periodistas y medios integrados en un comité informal de respaldo a las reformas (En el que descollaban

²⁶ Y al que más tarde se incorporará Francisco De Narváez.

²⁷ Lo que vino a corroborarse con el inmediato llamado a la privatización de ENTEL (telecomunicaciones) en el mes de enero de 1990, mientras se dividía la empresa en dos zonas (norte y zona sur) que luego, adjudicada a dos empresas distintas, permitiría que no hubiera monopolio ni competencia en la telefonía nacional. Al mismo tiempo se elevaron las tarifas telefónicas para hacer más tentador el negocio.

Neustadt, Constancio Vigil, dueño de *Atlántida* y ahora también de canal 11 y Julio Ramos, propietario de *Ámbito Financiero*), y que se arrogaban el haber convencido a Menem de las ventajas del mercado²⁸.

Luego de haber modificado la Ley 22285 para entregar los canales, las discusiones sobre una nueva Ley de Radiodifusión mantuvieron el debate que se había abierto durante el gobierno de Alfonsín. En 1990 tanto el PJ como la UCR presentaron proyectos de ley que, entre otras cosas coincidían en proponer a la radiodifusión como un “servicio público”, pero no prosperaron. Recién en agosto de 1993 el Ejecutivo elevó al Congreso un proyecto que abría el juego a nuevos actores, pero nunca fue tratado²⁹. Mientras tanto las lógicas mercantiles se iban imponiendo a la legislación, excepto en cuestiones muy puntuales.

Romay, como único operador privado de TV abierta en Buenos Aires, había gozado hasta entonces de enormes ventajas especialmente en sus relaciones comerciales con las televisiones del interior, dada la pésima administración de sus “competidores”. Pero la privatización disparó una competencia sin precedentes entre los tres canales, uno de cuyos efectos fue la incipiente constitución de redes de transmisión en tiempo real, tan generalizadas en el resto del continente y que aquí estuvieron prohibidas.

Burlar la prohibición de la creación de redes permanentes no es muy difícil y ya lo hacía Berlusconi en Italia difiriendo las señales en un par de minutos³⁰, pero aquí no se había llegado a tanto y los canales del interior simplemente funcionaban asociados repitiendo, dos o tres días después, los programas principales de las estaciones capitalinas, evitando así el ilícito.

Pero ahora que los tres de Buenos Aires empezaban a subir su señal al satélite como ya hacía Canal 7... a nadie se le ocurría que la ley fuera a frenar el negocio. De modo que, si bien la prohibición no fue levantada, para 1991 el decreto 1771 la flexibilizó permitiendo integrar una red de programación a condición de que las afiliadas mantuvieran un 50% de programación propia y que cada emisora mantuviera sus derechos de publicidad³¹. También estas limitaciones desaparecerían a lo largo de la década.

²⁸ NOVARO, M., *Argentina en el...*, Op.Cit., pág. 369.

²⁹ ROSSI, D., “La radiodifusión entre 1990-1995. Exacerbación del modelo privado-comercial” en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, Pág. 242.

³⁰ BUSTAMANTE E., *La Televisión económica*, Op.Cit, 1999.

³¹ ROSSI, D., “La radiodifusión entre...”, Op. Cit., pág. 246.

Los efectos no se hicieron esperar porque, además de proveer contenidos a los canales de aire del interior, con el satélite los canales capitalinos se hicieron accesibles para todos los cables. Estos, con la retransmisión mejoraban su programación y, por contrapartida, daban una inédita penetración a los flamantes canales privados que de ese modo se hacían un poco más atractivos todavía, para los anunciantes publicitarios.

Sin embargo, la gran ganadora de los '90 sería la TV por cable ya que, entre 1990 y 1995 "*entraron a escena más de mil circuitos de cable*"³². Además, comenzaron a utilizarse las señales de bajo alcance (UHF) que, distribuidas "a dedo" por el COMFER, permitió a "los señalados" hacer transmisiones codificadas por aire, para acceder con su programación de cable allí donde no habían cableado.

De este modo, los canales de UHF que hubieran sido la opción de una TV diferente sin demasiada confrontación con los empresarios audiovisuales, devinieron también un coto de caza del capital y pieza de negociación sin ninguna intervención ciudadana.

Por último, estos serían también los años en que llegó la TV satelital de recepción hogareña directa.

Extranjerización y concentración

Antes de avanzar en el "cómo siguió" la cuestión de los medios audiovisuales, conviene dedicar unas pocas líneas a recordar "cómo siguió" la cuestión nacional. De otra manera sería difícil comprender el curso que tuvo el desarrollo audiovisual.

Menem había asumido en julio de 1988 tras la crisis de la hiperinflación, obligado a reencauzar el país y, probablemente, ni para él era evidente lo que debía hacer. No obstante, los hechos invitan a pensar que, cuando menos, sabía que no estaba dispuesto a seguir el camino de Perón, aunque para eso necesitaba más tiempo y más disciplina partidaria y legislativa de las que disponía por entonces.

Menem, como ya dije, empezó con dos leyes omnibus (Reforma del Estado y Emergencia Económica) que fueron claves para poder gobernar mediante decretos, ahorrándose buena parte del debate parlamentario. Y luego también transformó la Corte Suprema elevando el número de jueces de cinco a nueve para contar con un poder judicial más dócil.

³² Ibidem, pág. 251

Según Novaro, la entrega del Ministerio de Economía a un hombre de Bunge & Born sirvió para exorcizar los fantasmas del populismo, pero no para gobernar los intereses del bloque hegemónico a partir de un ministro que era juez y parte. En poco tiempo hubo otro pico hiperinflacionario y un nuevo Ministro de Economía, Erman González, quién lanzó tres planes económicos en el primer trimestre de 1990, después que el año había cerrado con la fractura entre buena parte de las bases gremiales y los dirigentes, una elevadísima conflictividad laboral y un grupo disidente en el bloque parlamentario (el grupo de los 8 encabezado por Chacho Álvarez).

Recién el tercer plan, llamado “Erman III”, empezó a dar los primeros resultados tras haber tenido que confiscar el ahorro privado (plan Bonex) y funcionó sobre la base de una disminución importante en los salarios reales y una reducción de la oferta monetaria, sumados a una virulenta reducción de la estructura estatal con la consecuente reducción de personal, principalmente por las vías de jubilaciones adelantadas y retiros voluntarios³³.

Con el apoyo de “su” Corte Suprema destrabó las primeras privatizaciones pendientes y para fines de 1991 estaban entregados casi en su totalidad los Ferrocarriles además de los teléfonos, Aerolíneas Argentinas, distintas zonas petroleras y la red vial, al tiempo que se había llamado ya a la privatización de un enorme número de otras empresas.

Sin embargo, las dificultades para eliminar el déficit repercutió en el empresariado bien dispuesto a la reducción de gastos pero no al aumento de impuestos y algo similar sucedió con las provincias y la coparticipación. Las dificultades para equilibrar las cuentas públicas regresaron y en el segundo semestre de 1990 economía debió volver a tomar medidas “innovadoras” con los planes Erman IV y Erman V (impuestazos y tarifazos), que si bien dieron algunos resultados, para fin de año la historia parecía repetirse una vez más.

Fue entonces que el cordobés Domingo Cavallo llegó a Economía³⁴ acompañado de un equipo técnico proveniente en su mayoría de la Fundación Mediterránea. En un cambio de enfoque, Cavallo se apuró por buscar apoyo en el Congreso y darle carácter de Ley a las decisiones económicas. Fue así como en abril de 1991 se aprobó la Ley de Convertibilidad y la economía Argentina entró en una nueva etapa. Entre sus recursos claves estuvo la paridad fija de la moneda nacional con el

³³ NOVARO, M., *Argentina en el...*, Op. Cit.

³⁴ Cavallo era ya funcionario del gobierno menemista pero estaba afectado a la Cancillería.

dólar, dando por finalizado el juego de corridas cambiarias, emisión y devaluación.

Los efectos inmediatos de las medidas tomadas por Cavallo apoyaron el resultado electoral de ese año que consolidó al gobierno y fortaleció un clima de opinión que priorizaba el gerenciamiento eficiente de los recursos disponibles por sobre la política, que priorizaba a la empresa por sobre el Estado, el pragmatismo y el sentido común por sobre cualquier conceptualización crítica y a la evidencia empírica por sobre la problematización.

El escenario político se volvió favorable al presidente que había tenido que enfrentar varios intentos de alianzas entre la oposición radical con críticos internos del PJ y fue en ese marco, que Menem salió airoso de la confrontación con Cafiero, quien a partir de allí fue perdiendo poder en Buenos Aires, desplazado por Duhalde.

En cuanto al clima de opinión de la época, en las relaciones sociales se fue atribuyendo un creciente valor a la competencia por sobre la cooperación y al individualismo por sobre las formas de solidaridad. Pero una de las transformaciones más notables fue que las diferencias materiales entre las personas se iban asumiendo como indicadores de diferencias naturales o, más aun, de falta de voluntad de adaptación a una buena nueva era. Es decir que se privatizaron también las responsabilidades y, para el sentido común, cada quien fue culpable de su propio fracaso o merecedor de sus éxitos, tendiendo a desaparecer cualquier atención a las condiciones de posibilidad de cada uno y de cada grupo.

Para el sentido común además, el pensamiento académico en temas sociales quedó mayormente asimilado al marxismo, al nacionalismo y al populismo -que era decir al fracaso- y se abrieron muchos espacios a un pensamiento “renovado” y audaz que vio en todas las relaciones sociales la reproducción fractal de las relaciones de mercado.

Los “think tank” de Estados Unidos fijaban el norte del único pensamiento sociopolítico aceptable logrando no sólo un grado, sino una forma de adhesión que se resume en la manera de nombrarlos: eran “gurúes”.

Fue el tiempo de la proliferación de universidades privadas que tendieron a relacionarse con instituciones afines especialmente de los Estados Unidos, complementarias de una industria editorial al servicio de esos gurúes del management de las relaciones sociales, gestando así una novísima “intelectualidad” mercadotécnica que encontró en las empresas un espacio de desarrollo profesional, al tiempo que los medios de difusión operaron como una caja de resonancia, colaborando así a la divulgación de esta nueva mirada.

En este marco fue que el riojano parecido a Facundo Quiroga y miembro del partido del “aluvión zoológico” de aquel 17 de octubre, terminaron en un distinguido “look Wall Street”. Así fue como Carlos Menem logró incluso auto sucederse en el período presidencial subsiguiente, como sólo había logrado hacerlo aquí el General Perón. Y así fue también como finalmente, un fantasma dejó de recorrer la Argentina.

Aquellas transmisiones en cadena de Perón, cuyo recuerdo aterraba a Aramburu, a sus socios y a sus descendientes políticos (civiles y militares), no eran ya ni recuerdos medio siglo después, cuando por fin el santo riojano hizo posible el sueño tan postergado de un peronismo sin Perón. Un peronismo del bloque hegemónico.

Se iniciaba la era de los multimedia y las redes radiotelevisivas para toda la Argentina.

Creo que desde entonces, se gozó de la mayor libertad de opinión en la historia Argentina, aunque nunca, como desde entonces, fue más difícil expresar la crítica y el disenso. ¿Acaso Tocqueville no había dicho ya, más de un siglo y medio atrás, que Estados Unidos lo había sorprendido por su inigualable libertad de expresión y su escasa libertad de pensamiento?

El rumbo del audiovisual

Quizás en ese momento el rumbo que tomaría el negocio audiovisual no fue evidente ni para los propios empresarios protagonistas. Pero nadie pareció inquietarse por las tendencias que se vislumbraban. Más bien se diría que ellas entusiasmaron a los actores principales.

Para Luis Albornoz³⁵, estas tendencias fueron:

§ *La irrupción de grandes masas de capital financiero internacional.*

§ *Un acelerado proceso de concentración económica, acompañado por el desplazamiento de actores tradicionales.*

§ *Una tendencia a adecuar la normativa a los intereses del sector privado.*

§ *La superposición e inestabilidad de los organismos de control.*

§ *La judicialización en torno a las definiciones sobre el sistema.*

§ *La ausencia de debate acerca de las comunicaciones, en la sociedad civil y partidos políticos.*

³⁵ ALBORNOZ, L., “La expansión del cable...”, Op. Cit., pág. 184.

Una infinidad de decretos fueron modificando el marco regulatorio de la actividad audiovisual, tomando decisiones que a menudo entraban en contradicción con el marco legal, en algunos casos con la constitución y muy frecuentemente con la ética y la justicia, incluso hasta cuando la legalidad de la decisión fuera incuestionable.

Desde entonces y durante el primer lustro de la década de los noventa, la televisión se caracterizó por “*la presencia de agentes nacionales en un mercado oligopólico, cuyas expresiones sobresalientes fueron los grupos multimedia*”³⁶.

Además de los flamantes dueños de los canales capitalinos reprivatizados, se destacaban en el escenario televisivo Eduardo Eurnekián de Cablevisión y Canal 2 de La Plata entre otros y la distinguida familia Vila que dio origen al poderosos Grupo UNO en Mendoza.

Pero fue el segundo lustro de la década, coincidente con el segundo período presidencial de Menem, el que se caracterizó por el ingreso del capital extranjero al negocio, si bien su presencia en los medios latinoamericanos no era novedosa, tal como vimos.

En 1991 el gobierno nacional impulsa la Ley 24124 que sirvió para ratificar el “Tratado de Promoción y Protección de Inversiones Recíprocas”, firmado en la oportunidad de una visita que realizó Menem a Estados Unidos durante el gobierno de Bush padre.

Así Argentina se diferenció del resto del Mercosur que restringía las inversiones extranjeras en esta área³⁷. Lo curioso es que la reciprocidad nunca fue posible porque Estados Unidos también las restringía por lo que el “acuerdo” sólo fue un recurso para legitimar hacia adentro, la apertura unilateral que inició el flujo de fondos de inversión hacia nuestro país y donde la industria audiovisual fue un especial objetivo.

Un nuevo decreto arremetió otra vez sobre el artículo 45 de la Ley 22285 que regula la asignación de licencias. A partir de entonces, a los postulantes se les requeriría:

f) No tener vinculación jurídica societaria ni sujeción directa o indirecta con empresas periodísticas o de radiodifusión extranjeras, *salvo que los acuerdos de reciprocidad suscritos por la República Argentina con terceros países contemplen tal posibilidad* o que los contratos de cesión de acciones, cuotas o de transferencia de la titularidad de la licencia hayan sido celebrados con anterioridad a la fecha de entrada en vigencia de la Ley 25.750, y que se encuentren aprobados en la Comisión de Defensa de la Competencia³⁸.

³⁶ ALBORNOZ, L., *Al fin solos*, Op. Cit., pág. 260.

³⁷ AAVV., *Medios política y poder*, Op. Cit.

³⁸ El resaltado es del autor.

Decir que la primera etapa estuvo marcada por un carácter “nacional” no significa que fue el tiempo favorable para los centenares de cables que nacieron desde los años sesenta, sino para los poquísimos empresarios que estuvieron en el lugar correcto, en el momento indicado, con el capital necesario.

Durante la etapa “nacional” se constituyeron los grandes operadores de cable del país también llamados MSO o (Multiple System Operator) que, por supuesto, resultaron de la evolución de las empresas que operaban entonces en Buenos Aires y los nuevos protagonistas que se habían quedado con los canales 13 y 11.

Bajo el fundamentalismo liberal, pero omitiendo la utopía fundamental del liberalismo, (la competencia perfecta) durante los años ‘90 se dejó funcionar al sistema televisivo (y especialmente el de cable) en una profunda ilegalidad, cuando no en una legalidad clientelar. Y el resultado fue una inimaginable concentración de la propiedad de esos más de mil cables que habían proliferado en treinta años. El mecanismo se puso en marcha a partir de 1993 cuando VCC, Cablevisión y ya también Telefé y *Clarín*, se lanzaron a la compra de los más importantes sistemas.

Excepto los operadores de Río IV (Córdoba) y Bariloche que obtuvieron su frecuencia en 1978 con vistas al Mundial, ninguno del resto vio cumplido su sueño de ser televisión abierta; pero tuvieron una compensación al poder vender sus cables a sumas astronómicas, que entre los más fuertes llegaron -y en algunos casos superaron- los mil dólares por cada abonado. Un gran negocio porque aunque todos sabían que se estaban desprendiendo de la “gallina de los huevos de oro” el requisito para que la gallina fuera “ponedora”, era una inversión que ninguno podía afrontar, de modo que la opción era vender o morir.

Sólo entre los mejores consolidados y ubicados en zonas de alta concentración poblacional y nivel adquisitivo, hubo quienes vendieron una parte conservando cierta participación en el negocio. Otros pocos resistieron negándose a vender y en algunos casos siguieron funcionando como Pymes o creando asociaciones que les permitieron sostenerse incluso conformarse luego como operadores de cierta importancia aunque lejísimos de los líderes del mercado.

En 1994 los tres mayores operadores eran *Cablevisión* (Eurnekian) que se hizo fuerte en Buenos Aires contando con medio millón de abonados y una facturación de casi 200 millones de dólares. VCC (Liberman) contaba con unos 600.000 abonados en Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos, facturando casi un cuarto de millón de dólares. Y

un poco menor era *Multicanal* (*Clarín*) con 450.000 abonados³⁹. También estaban en el negocio *Telefé* con *Cabtel* del que se desprendió en 1996 y desde 1985 funcionaba *Supercanal* en Mendoza, el cable de la influyente familia Vila y que formaba parte del Grupo UNO (conjunto de medios que operaban en Mendoza y Buenos Aires). Luego, para financiar su expansión, *Supercanal* vendería parte del paquete accionario al militante anticastriista Mas Canosa residente en Miami, quien se puso en contacto con Vila a través de José Luis Manzano, (ex ministro de Menem alejado por denuncias de corrupción y a quien Jorge Rachid había amenazado con «tirar en una zanja» si abría el juego al capital extranjero).

Daniel Vila junto a Mas Canosa asumieron una política de expansión que los llevaría a brindar TV por cable incluso en Bolivia; pero para eso fue necesaria una inversión inicial de casi cien millones de dólares, obtenida mediante crédito del ING Bank de Holanda. Lo más curioso de este proceso es que en la expansión, otro de los socios ingresantes a *Supercanal* fue ni más ni menos que su “competidor” *Multicanal*, quien se hizo de un 20% de las acciones. Vila mantuvo el 51,5% y el líder anticastriista el 28,5%. La empresa modificó ligeramente su nombre y pasó a llamarse *Supercanal Holding SA*⁴⁰.

Extranjerización

La entrada del capital extranjero en el audiovisual sucede cuando una decena de mega empresas de comunicación se expanden por el planeta, en la medida que este se había vuelto un negocio con grandes posibilidades de desarrollo, pero con una imperiosa necesidad de incorporación intensiva de tecnología.

Fue a partir de los noventa que empezó a hacerse viable, tecnológicamente, económica y culturalmente, la transmisión de datos y señales de audio e imágenes, en tiempo real, a cualquier persona en cualquier rincón del planeta (o al menos a cualquiera de las personas y rincones capaces de aportar a la reproducción del capital). Los pilares básicos para semejante transacción eran, además de los satélites y la digitalización, las empresas de telefonía e internet.

Se sabía que en poco tiempo, el teléfono, la computadora y el televisor quedarían reducidos a un único aparato y un único servicio,

³⁹ ALBORNOZ, L., “La expansión del cable...”, Op.Cit.

⁴⁰ AAVV., *Medios política y poder*, Op. Cit.

conectado en una red mundial a partir de una *convergencia* tecnológica que supone también una convergencia comercial.

Las grandes empresas que participaban en alguna de estas actividades visualizaron rápidamente que ellas también terminarían convergiendo sobre un mercado unificado de usuarios, dispersos por toda la faz de la tierra, que harían compras y pagos de todo tipo por esa vía. En ese escenario empezaron a confrontar las telefónicas y los operadores de cable, intentando llegar con servicios de Internet a la mayor cantidad de usuarios posibles, quienes conformarían el naciente mercado del e-comercio o comercio electrónico.

Ya señalé que la convergencia de telefonía, TV por cable y servicios de Internet se denominó *Triplay* o *Triple play* y las telefónicas tenían la ventaja de partir de un cableado propio, desarrollado durante años, a partir del que se vieron en mejores condiciones para ofrecer los primeros servicios *dial up*. Los cables de TV tenían un desarrollo mucho menor (y hasta nulo en muchos países) además, se trataba de una fragmentación de múltiples redes inconexas, pero eran fuertes en su relación con productores y programadores, además de conocer a fondo las particularidades culturales de la región donde operaban, de modo que *expandir e interconectar* era para ellos el desafío.

Si bien las redes telefónicas tienen una capilaridad muy superior a los cables, eso supone la llegada a muchos usuarios de escasa capacidad de consumo, mientras que el cable llega a menos unidades pero económicamente más solventes y tienen un mayor desarrollo en términos de Marketing.

El cableado de las telefónicas sería sólo una ventaja relativa cuando el desarrollo del negocio les exigiera una actualización de esas redes que en su mayor parte eran aptas para la transmisión de voz pero no mucho más. Nace así para ellas el desafío de la ADSL (banda ancha telefónica).

Poco después se desarrollarían los servicios de difusión directa de imágenes por satélite. Prescindiendo del cable para su distribución, aparecía la TDH (televisión directa al hogar o TV satelital que podía también brindar un sistema de Internet del tipo wireless). Las telefónicas replicarían entonces mediante la internet móvil, vía celulares...

Multimillonarias inversiones en satélites, miles y miles de kilómetros de fibra óptica cableando todo el mundo, además de los recursos de todo tipo indispensables en semejante escenario de competencia, definían quienes podrían y quienes no podrían quedarse sentados frente al paño donde se abrían semejantes apuestas.

Desde luego que en los noventa esto no era evidente para el público en general que, en Argentina, empezaba a ver con fascinación la

aparición de una novedosa y generalizada TV por cable y los celulares cuyo acceso estaba entonces limitado a sectores de alta capacidad de consumo (y que verían poco después la llegada de Sky y DirectTV, más elitistas aún). Pero los empresarios del negocio sabían lo que a cada minuto se jugaba. Los extranjeros como los locales sabían que en una industria de esa envergadura, quien se retrasara, correría la suerte de la libre de los sofistas, condenada a no poder alcanzar jamás a la tortuga.

Como en el resto del planeta aquí también se requerían inversiones multimillonarias en el marco de una naciente e inaplazable competencia entre los grandes cableoperadores (MSO) y las empresas de telecomunicaciones, pero había en Argentina algunos condimentos especiales.

Por un lado, la existencia de empresas telefónicas operando el servicio fijo en monopolio perfecto⁴¹ y con márgenes de ganancias siderales lo que en la apuesta por el triplay colocaba a los cableoperadores ante rivales muy poderosos, o potenciales aliados fundamentales; pero la batalla tanto como alianza exigía estar “a la altura de ellos”. Altura cuya unidad de medida era el capital disponible.

Por otro lado, Argentina contaba con un desarrollo temprano de la televisión por cable y una escasa regulación, combinada con la más absoluta permisividad oficial, que hacía de la ley de la selva, la ley fundamental de la actividad.

Ambas cuestiones plantearon un escenario que no era para débiles ni timoratos a pesar de que había un aliciente importante en la paridad del peso con el dólar, asegurando inmejorables condiciones para un negocio global, que se manejaba con precios internacionales.

Así desembarcó el capital trasnacional, especialmente el circulante bajo la forma de capital financiero, generando en el negocio audiovisual un proceso brutal de concentración. Fue cuando en el audiovisual se cerró ese modo primitivo de administración capitalista que supo llevar adelante el empresariado nacional, para ingresar a lo que Boltanski concibe como el tercer espíritu del capitalismo⁴².

⁴¹ Ya dije que el país se separó en dos zonas donde cada una de las dos empresas prestó el servicio de telefonía básica de manera exclusiva lo que, según algunas opiniones críticas de la época les permitiría una ganancia extraordinaria oportuna para financiar el negocio de las comunicaciones satelitales, empezando por la telefonía celular.

⁴² “El «primer» espíritu del capitalismo, asociado como hemos visto a la figura del burgués, estaba vinculado a las modalidades del capitalismo, básicamente de tipo familiar, de una época en la que no se buscaba el gigantismo, salvo casos excepcionales. Los propietarios o patrones eran conocidos personalmente por sus empleados, el destino y la vida de la empresa estaban fuertemente relacionados con los de una familia. El «segundo» espíritu del capitalismo, que se organiza en torno a la figura central del director (o dirigente asalariado) y de los cuadros, está ligado a un capitalismo de grandes em-

Para finales de 1995, preocupados por la fortaleza inicial de las telefónicas frente al triplay, los propietarios de medios nacionales intentaron una avanzada legal que prohibiera los “servicios cruzados” por parte de ellas⁴³. Pero las respuestas de estos no se hicieron esperar; no estaban dispuestos a ceder aquí, “en el Eden” lo que formaba parte de una estrategia transnacional.

La pretendida avanzada legal, alentada principalmente por *Clarín*, no prosperó; pero “afortunadamente” ellos, siempre previsores y ante los peligros de la convergencia, habían entrado el año anterior al negocio de las telecomunicaciones comprando el 25% de CTI. Mediante inversiones siderales el Grupo *Clarín* siguió avanzando para crear una estructura capaz de entrar al negocio del triplay. Incluso para fines de la década, y de la mano del Secretario de Comunicaciones Germán Kamberath, mediante el “...*Plan de liberalización de las telecomunicaciones decreto 264/98... (se posibilitó) el ingreso del grupo Clarín, a través de CTI y Multicanal, al negocio de la telefonía básica*”⁴⁴. La carrera frenética se había desatado.

Durante el bienio 1996-97, las comunicaciones ocuparon el primer lugar entre los sectores que recibieron inversiones extranjeras, superando incluso, al sector bancario-financiero (...) casi 3.000 millones de dólares se movilaron en las compras de medios de difusión. El volumen total de dinero involucrado en estas operaciones sólo en 1998 alcanzó al 50% del volumen total negociado en el periodo 1990-1997⁴⁵.

Buena parte de los aportes de capital llegaron por vía de fondos de inversión que se jugaban a grandes movimientos en busca de una muy alta tasa de ganancia a corto plazo y en proceso de diversificación. Y fueron excepcionales los que se mantuvieron estables en el negocio:

Hasta hace poco, los grandes grupos inversores sólo se preocupaban por comprar indiscriminadamente, a fin de acumular capitales

presas, lo suficientemente importantes ya como para que la burocratización y la amplia utilización de cuadros cada vez más diplomados sean elementos centrales. No obstante, sólo algunas de entre ellas (una minoría) podrán ser calificadas como multinacionales. El accionariado se ha vuelto más anónimo, y numerosas empresas se han deshecho del nombre y del destino de una familia en particular. El «tercer» espíritu deberá ser isomorfo a un capitalismo «mundializado» que se sirve de nuevas tecnologías, por no citar más que los dos aspectos más frecuentemente mencionados para definir al capitalismo contemporáneo” (BOLTANSKI y CHIAPELLO, El nuevo espíritu del capitalismo, [en línea] <http://www.sindominio.net/unomada/boltanski/boltanski.html> consulta realizada el 12 de diciembre de 2009.

⁴³ ALBORNOZ, L., *Al fin solos*, Op.Cit.

⁴⁴ *Ibidem*, pág. 193 y 194

⁴⁵ ALBORNOZ, L., “La radiodifusión en Argentina...”, Op .Cit., pág. 259.

y poder. Hoy ya pueden diferenciarse tres segmentos, en vista de las nuevas operaciones: están los pioneros que abandonan el mercado después de vender al mejor postor, los que compraron para después revender, y los verdaderamente interesados en permanecer y competir⁴⁶.

George Soros estuvo entre los primeros inversores externos en el negocio mediático (Consultores Asset Management). El Exxel Group ingresó de la mano del empresario Juan Navarro. El otro operador fuerte fue el holding construido por Hicks, Muse, Tate y Furst⁴⁷ (HMT&F) uno de los principales fondos de inversión norteamericanos⁴⁷.

Pero los grandes que terminaron haciéndose cargo del negocio fueron *CEI* y *TISA*, además del “nacional” Grupo *Clarín* donde, como iremos viendo, fluyeron capitales de diversas procedencias.

El triángulo

Concentración y extranjerización pueden nombrarse también como: *Clarín*, *TISA* y *CEI*. *CEI* (Citicorp Equity Investments) fue la herramienta financiera utilizada por el *Citibank* luego de su ingreso como accionista a muchas empresas argentinas. Para eso, primero se valió de la compra de bonos de la deuda; bonos inciertos y por tanto depreciados, que se obtenían a un 50% de su valor nominal y a veces menos, y que el Estado reconocía al 100%. Así el *Citibank* participó de cuantiosos negocios e ingresó a empresas de diversas ramas de la producción y los servicios; fue en ese marco que participó con el 20% de COINTEL el consorcio adjudicatario de la telefonía en la zona sur del país, es decir de *Telefónica Argentina*.

Inicialmente *Citibank* fue el principal accionista de esta sociedad financiera (*CEI*) donde luego se asoció el grupo Wertheim⁴⁸, e ingresó a la sociedad también el banco República de Mendoza, de Raúl Moneta quien hacia fines de la década estaría prófugo acusado de varios ilícitos en los que se lo vinculaba directamente con el Presidente de la Nación. De hecho la prensa lo llamaba entonces “el banquero de Menem”.

El principal directivo del *Citibank*, Richard Handley y Raúl Moneta, definieron la estrategia de desarrollo del *CEI* que, desprendiéndose de activos en otras ramas, se concentró en el audiovisual y las teleco-

⁴⁶ RT&A, 1997, [en línea], <http://www.rt-a.com/23/23tvc1.htm>

⁴⁷ AAVV., *Medios política y poder*, Op. Cit.

⁴⁸ No por azar el grupo Wertheim lleva el nombre de una de las familias más poderosas del país y fue adjudicatario de la Caja de Ahorro cuando se privatizó.

municaciones. Desde luego, ingresa al negocio por la puerta de Telefónica Argentina y lo hace junto a Telefónica Internacional SA (TISA)⁴⁹.

Telefónica había suscrito acuerdos con Alfonsín para colaborar en la modernización de la estatal (ENTEL), de modo que a la hora de la privatización ya llevaba unos años “adentro” de la empresa. Tras la privatización de ENTEL, llevada adelante por el gobierno de Menem inmediatamente después de adjudicar los canales de TV porteños, la mitad del negocio de los teléfonos fijos quedó en manos de Telecom y la otra mitad en las de Telefónica⁵⁰. La historia en la telefonía reproduce muchos aspectos del audiovisual ya que para prestar servicios de telefonía internacional, transmisión de datos y celulares, ambas “competidoras” se unieron en empresas comunes hasta fines de la década, (Teleintar SA, Startel y Miniphone respectivamente)⁵¹.

En la conformación accionaria de la empresa nacional ya estaba la poderosa asociación: “(...) *Telefónica de Argentina (está) controlada por COINTEL de Telefónica de España, el Citibank, Banco Río de Argentina y Techint SA de Argentina*”⁵².

Así, de manera muy sumaria puede decirse que la dupla CEI-TISA, propietaria de la mitad de la telefonía juega sus cartas al triplay con el *Grupo Clarín* como “adversario”, sin que “la pasión y la camiseta” impidan que el capital en su fluir vaya de una a otra hermanándose aun en el fragor de la batalla.

Relaciones tortuosas

Si presentar a los actores no es sencillo, se torna mucho más complejo aún resumir el libreto de la obra. Lo que aconteció en aquel momento es difícil de rastrear, difícil de comprender y más difícil aun de

⁴⁹ ALBORNOZ, L., *Al fin solos*, Op. Cit.

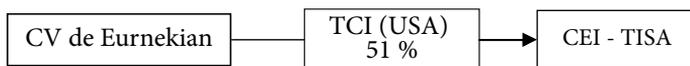
⁵⁰ Ya en la década siguiente la división presentará algún problema cuando Telefónica internacional adquiriera Telecom Italia. Se aducirá que entonces Telecom Argentina y Telefónica Argentina pertenecen ahora al mismo grupo empresario y por lo tanto se caería en una situación monopólica. De hecho que las dos empresas tuvieran tarifas prácticamente idénticas y zonas exclusivas de operación, ya era una concepción oligofrénica del libre mercado; pero de todos modos las consideraciones sobre la “novedosa situación monopólica” ha recorrido los pasillos de la Justicia en el decurso que marcan los lobbys e intereses políticos de cada momento.

⁵¹ *Ibidem*.

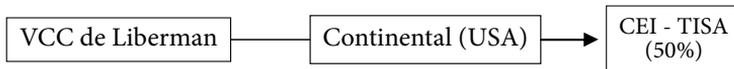
⁵² *Ibidem*, pág. 196.

explicar⁵³, pero quizás algunos ejemplos ayuden a visualizar una lógica que combinó la compra venta rápida buscando beneficios inmediatos y la inversión a largo plazo, en un espacio que armonizaba la competencia, con los acuerdos y la convivencia, explícitos o no, consolidando de una nueva era de las comunicaciones.

El 51% de *Cablevisión* de Eurenkian (CV), por ejemplo, fue adquirida por el grupo norteamericano TCI⁵⁴, lo que le habría dejado a su dueño, Eurenkian, unos 700 millones de dólares⁵⁵. Pero muy rápidamente TCI se la revendió a CEI Citicorp que lo adquiere en sociedad con *Telefónica internacional* (TISA).



La dupla CEI-TISA comienza a «competir» con *Clarín* en la TV por cable desde *Cablevisión*. Luego esta dupla, en otro “pasamano” adquirió también el 50% de Video Cable Comunicación (VCC) que la norteamericana Continental le había comprado poco antes a Liberman⁵⁶.



CEI – TISA se quedó también con el 100% de “Mandeville Cable Partners Argentina” subsidiario de *Cablevisión* y “cuarto operador de cable del país”.

Pero esto hay que verlo porque, por Mandeville, CEI y TISA pagaron 535 millones de dólares⁵⁷, cuando con fecha 16 de diciembre de 1996 – diez meses antes- en la revista “Business Wire” se anuncia que HMT&F con otros socios había adquirido cinco sistemas de cables en argentina por unos 100 millones de dólares: se trataba de “Mandeville”⁵⁸.

⁵³ “El ritmo que han tomado las transacciones entre grupos inversores en el área de telecomunicaciones es tan vertiginoso –y complicado- que hace envejecer los diarios más rápido que de costumbre”. R&TA, Op. Cit, 1997.

⁵⁴ ALBORNOZ, L., “La expansión del cable...”, Op. Cit.

⁵⁵ R&TA, S/D, 2003.

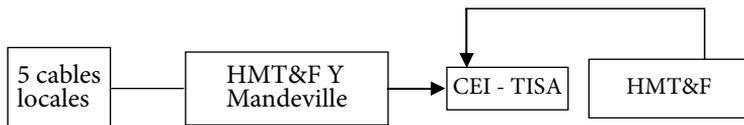
⁵⁶ ALBORNOZ, L., “La expansión del cable...”, Op. Cit.

⁵⁷ Diario, *La Nación*, publicado el 21 de octubre de 1997.

⁵⁸ Se trató de la compra de los cables de Necochea, Olavaria, Tandil, Salta y Posadas por un fondo de inversión norteamericano y dos empresarios argentinos (los doctores Julio Cesar Gutiérrez y Julio A. Baqueriza) que tal vez sólo prestaron el nombre; para revenderlo de inmediato quintuplicando la inversión. Así nace “el cuarto MSO

O sea que, HMT&F compra los cinco cables por cien millones, arma la nueva empresa que no es otra cosa que los cinco cables operando bajo un mismo dueño y al año siguiente los vende a más del 500%. Una tasa inusual por decirlo delicadamente, sólo posible en ese mercado que ahora nos protegía de las distorsiones estatistas y que permitía a Cablevisión sumar casi un millón y medio de abonados.

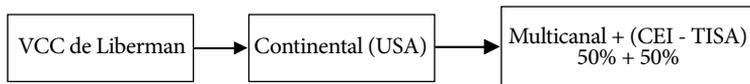
Cualquier lógica tradicional se fractura al saber que, meses después de que HMT&F hace el pasamano, volverá a comprarlos. Pero ya no a los cables sino al mismísimo CEI, desplazando de su composición accionaria al Citi y a los Wertheim⁵⁹.



Su “contendiente” en la arena del mercado era Multicanal, cuyo origen empresario era el grupo *Clarín* y su origen audiovisual un pequeño cable bonaerense adquirido en 1991 (Video Cable Privado).

Para entonces, disputando el primer lugar nacional, *Clarín* “adquirió” el otro 50% de VCC (se trató en realidad de un reparto de la presa entre los dos grandes cazadores).

Pero Multicanal ya había comprado también el cable con que el grupo *Telefé* entró a ese mercado luego de entrar en Canal 11. Lo simpático de la historia es que de este modo *Clarín* “dio cabida en su composición accionaria al CEI y a Telefónica Internacional”⁶⁰. Es decir la dupla (CEI - TISA) eran propietarios de parte del negocio de su principal competidor; o sea que la competencia era, cuando menos, relativa.



También en el negocio del cable como en el de los teléfonos, por lo general, se dividieron las zonas donde prestaban servicios, incluso repartiéndose barrios cuando coincidían en una misma ciudad. Los acuerdos de convivencia pacífica se vislumbran tanto en el reparto de

argentino” para desaparecer diez meses después. Fuente: Bussiness wire 16/12/1996, publicado en All Business: <http://investing.businessweek.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=31089>

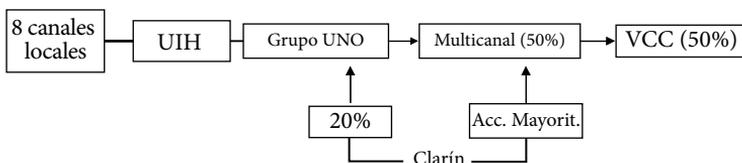
⁵⁹ Diario, *La Nación*, publicado el 27 de mayo de 1998.

⁶⁰ ALBORNOZ, L., “La expansión del cable...”, Op. Cit, pág. 84.

VCC, como en las señales compradas a United Internacional Holding (UIH). Una maniobra muy parecida a la de Mandeville, pero en la que ahora el jugador es Multicanal.

Multicanal compra por casi 90 millones de dólares ocho cables que esta firma estadounidense había vendido cuarenta y cinco días antes al grupo UNO de Mendoza, (Supercanal) y que inmediatamente después divide a medias también con Cablevisión⁶¹.

Aunque también la compra por parte de Multicanal al grupo mendocino es un concepto digno de reflexión ya que *Clarín* propietaria del comprador Multicanal tenía el 20% de las acciones del vendedor Supercanal Holding⁶².



Existen innumerables trabajos (los principales están citados aquí) que detallan paso a paso el proceso de concentración y transnacionalización que tuvo lugar en el audiovisual durante esa época.

No es de esperar que el lector lo comprenda acabadamente y menos en esta pequeña síntesis. Además eso tampoco serviría de nada. De lo que se trata es de visualizar cómo se superponen las lógicas del capital financiero mundializado, las de los operadores de TV y telefonía en el país y las de esos agentes a nivel mundial y de cuyos posiciones relativas en cada momento dependía también su accionar a nivel local.

Al terminar la década, el proceso de concentración fue de tal magnitud que “... los 1.100 operadores que vieron florecer su negocio a principios de los 90 (...) se redujeron a no más de una decena al finalizar el siglo XX”⁶³.

La *televisión abierta* no estuvo exenta de estos movimientos y, entre 1997 y 1998, la sociedad CEI-Telefónica (TISA) concentró Telefé (Ca-

⁶¹ Diario, *La Nación*, publicado el 21 de octubre de 1997.

⁶² Y para 1999 en el marco de una importante crisis financiera de Supercanal, UIH estuvo a punto de comprarle parte del paquete accionario. Aunque ahora no se llamaba más UIH sino United Global Communication, nominación que asumió al convertirse en uno de los operadores audiovisuales más grandes del mundo. Diario, *La Nación*, publicado el 12 de diciembre de 1999.

⁶³ ROSSI, D., Op. Cit, 2005, pág.248.

nal 11) y el Canal 9 de Buenos Aires, y con ellos los canales del interior que desde 1991 operaban como redes parciales.

Algunos de estos canales abiertos del interior eran empresas mucho más sólidas que la mayoría de los cableoperadores y en algunos casos sus titulares tuvieron la fuerza suficiente como para negarse a la venta. (Especialmente en Córdoba y Rosario, ciudades grandes con una torta publicitaria razonable).

Era en casos como ése, que el capital privado ponía en suspenso su exigencia de que el Estado se abstuviera de intervenir y así “*se dictaron los decretos 85 y 86 llamando a licitación para dos nuevos canales de televisión abierta en las ciudades de Rosario (...) y Córdoba*”⁶⁴. Inmediatamente los titulares de los canales vendieron porque la apertura de un nuevo canal, dividiendo la inversión publicitaria, sí afectaría el negocio privándolo de la relativa solidez que tenían. Entonces, tras la operación que dejó esos canales en manos de la sociedad CEI y TISA, las licitaciones en cuestión fueron suspendidas.

Para 1999, el 40% del territorio nacional no recibía TV abierta, pero todas las provincias, excepto Catamarca, contaban al menos con una estación de TV. La mala noticia es que más de las tres cuartas partes de la programación de esos treinta y cuatro canales del interior era repetición de la TV porteña y sólo un 14% era producido o coproducido localmente⁶⁵. Esas pocas producciones de cada lugar se limitaban mayormente al noticiero local que “agregaban” al nacional enviado desde la cabecera de la red, y programas “baratos” de entretenimientos y entrevistas, lo que, en términos económicos suponía más que una industria cultural un pequeño artesanado irrelevante en la generación de valor. De hecho, el interior no producía prácticamente nada en el género ficcional.

Además, todas las estaciones de TV hertziana (abierta, o de aire) debían autofinanciarse mediante la venta de publicidad, lo que cerraba cualquier horizonte a la experimentación, la búsqueda de nuevos formatos y, de la manera más elemental, a cualquier producción y programación de carácter educativo o cultural. En un país no muy densamente poblado como el nuestro, con una enorme heterogeneidad en cuanto a desarrollo económico social, las posibilidades de desarrollo empresarial de la TV en el interior eran escasas y en muchos casos dependían de las relaciones personales de los directivos del canal con el mundo empresario local y personajes claves dentro del Estado.

Y aun en las provincias que podían ostentar una masa de consumidores más o menos importantes, el desarrollo de los canales de TV fue

⁶⁴ ALBORNOZ, L., “La radiodifusión en Argentina...”, Op. Cit., pág. 263.

⁶⁵ Ibidem.

débil y tanto más el de los productores “independientes”, que sobre todo dependían de la producción de spots publicitarios y campañas políticas, lo que desde luego significaba mantener también un universo de relaciones sociales en el mundo de los negocios y la política, que hacía muy dudoso el calificativo “independiente”.

El espacio de la *televisión satelital* directa al hogar (TDH) fue aun muchísimo más concentrado. En Argentina por muy poco tiempo coexistieron DirecTV y Sky imponiéndose la primera sobre su “competidora”. *DirectTV* fue creado en los Estados Unidos en el año 1994 y en 1996 fue el primero en llegar a América Latina y el Caribe, mediante la unión de Organización Cisneros (Venezuela) y Hughes Electronics Corporation (Subsidiaria de General Motors), quienes lanzan *Galaxy* Latinoamérica que, posteriormente se convierte en DirecTV Latinoamérica. La puesta en marcha de DirecTV en Argentina la realiza «Galaxy Argentina» integrada por el grupo trasnacional y el grupo *Clarín*. Así, y como es de dominio público, *Clarín* queda en sociedad con la organización Diego Cisneros poderoso protagonista de la televisión venezolana (entre otras muchas actividades empresarias).

El otro grupo de la TV satelital directa, Sky, nace de los colosos News Corporation y Liberty Media, penetrando en Latinoamérica también en 1996, con socios locales (Globo en Brasil y Televisa en México). Ellos desembarcan en Argentina a fines de 2000 pero se retirarán casi sorpresivamente a mediados de 2002. Aunque la razón manifiesta fue la crisis nacional que hacía inviable el negocio, no dejaron de circular versiones que atribuían la partida a presiones económico-políticas a favor de la empresa de *Clarín*.

Como se ve, “el dorado” del negocio televisivo -la difusión- quedó en manos de los mega grupos y en la producción (lo más riesgoso) se dio cabida a un puñado de pequeños empresarios locales en estrecha relación con los primeros. Se invertía la lógica de los sesenta, ahora los medios eran extranjeros y en las productoras compartían el negocio con grupos nacionales.

En la producción para Canal 11 ingresó el conductor estrella Marcelo Tinelli (Ideas del sur); para el 13 Pol-Ka fue Adrián Suar; y Canal 2 América⁶⁶ recibía las producciones de “Cuatro cabezas” de Pergolini y Guebel.

⁶⁶ El canal 2 de la Plata comenzó a llamarse América y la señal comenzó a cubrir por aire a Bs. As., con una antena transmisora más cerca de la capital nacional que de La Plata. Inicialmente propiedad de Eurnekian fue adquirida por Carlos Avila y el Grupo UNO de Mendoza. (R&TA, 2002).

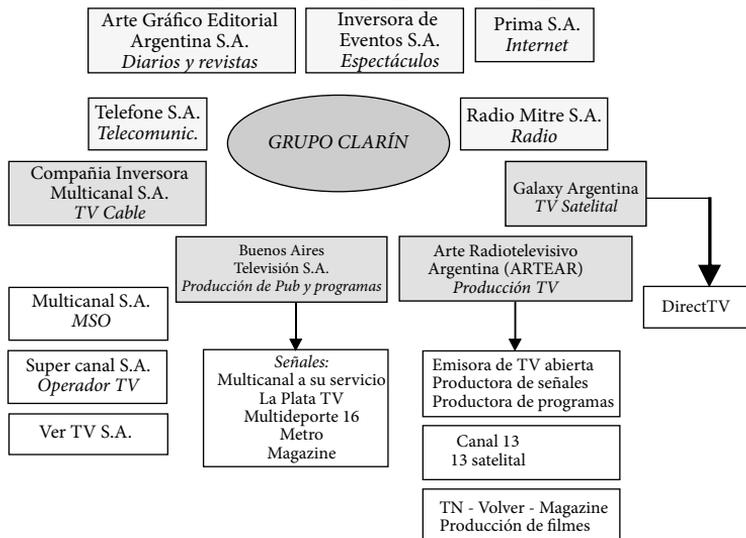
Otra pata del negocio de la difusión fueron los derechos de tele-
visación del deporte, especialmente del fútbol en manos de Torneos y
Competencias (TyC) del empresario Carlos Avila y la dupla CEI-TISA.

En rigor se debe decir aún que si el proceso pudo tener en Argen-
tina algunos ribetes más descarnados, tampoco fue algo esencialmente
distinto a lo ocurrido en el resto del planeta ya que la tendencia a la
oligopolización del negocio es algo que excede por mucho las condi-
ciones de nuestro país, aunque el caso de Argentina pueda llegar a ser
emblemático.

En Estados Unidos, con un Estado y una opinión pública particu-
larmente sensibles a la monopolización, los miles de pequeños opera-
dores de los años setenta fueron absorbidos por grandes operadores
hasta que, para final del siglo, cinco empresas tenían el 66% de los abo-
nados. En otros países, los gobiernos apoyaron a empresas de teleco-
municaciones o al sector financiero para desarrollarse en el rubro.

(...) los tres o cuatro operadores de cable de cada país acumulan
más del 70 e incluso el 80% de los hogares abonados, como ocurre
en algunos países latinoamericanos y europeos (donde) ...el negocio
del cable está demostrando ser un asunto trasnacional con grandes
grupos inversores que trasladan posiciones de uno a otro país⁶⁷.

Para el final de la década las cartas están echadas y el espacio audio-
visual claramente repartido entre poquísimos competidores.



⁶⁷ BUSTAMANTE, E., “Globalización de procesos...”, Op. Cit., pág. 179.

Clarín logra una inmensa concentración de empresas ligadas a la industria cultural y la comunicación que, según Albornoz para fines de la década cobra la siguiente forma:

La estructura empresaria global de Telefónica Internacional y los socios involucrados al menos en sus negocios nacionales es algo que excede con creces lo que pueda conocerse y graficar aquí. Pero con vistas a su desarrollo en el triplay, según elaboración propia a partir de distintas fuentes periodísticas digitales especializadas y según los sitios oficiales de ambos grupos, los grandes protagonistas habían ingresado al siglo XXI⁶⁸ con la siguiente estructura de propiedades totales o parciales:

CLARÍN

Televisión

- § Canal 13 (Artear SA)
- § Canal 12 (Córdoba)
- § Canal 7 (Bahía Blanca)
- § Multicanal
- § Supercanal Holding
- § DirecTV
- § TVC Pinamar
- § MTV Miramar
- § TSN Necochea
- § Trisa (Telered Imagen SA / Televisión Satelital Codificada SA)
- § Teledeportes SA (Transmisión y merchandising de clubes)

Señales

- § Volver
- § Magazine
- § Metro
- § TN (Todo Noticias)
- § TyC

Productoras (Gestión Compartida)

⁶⁸ El en listado ya se consigna a Canal 9 de Buenos Aires, como propiedad de Telefónica aunque eso sucedió recién en 2000. Luego el canal fue adquirido a Telefónica por Daniel Hadad junto a un grupo de empresarios.

- § Pol-Ka
- § Patagonik Film Group SA

Recursos digitales e interactivos

- § PRIMA - Primera Red Intercativa de Medios Argentinos
- § PRIMA Do Brasil
- § Datamarkets
- § Fullzero
- § Ciudad Internet

TELEFÓNICA

Televisión

- § Canal 11 Telefé
- § Canal 9 de Bs. As
- § Canal 8 de Córdoba,
- § Canal 13 de Santa Fe,
- § Canal 5 de Rosario,
- § Canal 11 de Salta,
- § Canal 8 de Tucumán,
- § Canal 7 de Neuquen,
- § Canal 8 de Mar del Plata
- § Canal 9 de Bahía Blanca.
- § Canal 9 de Mendoza
- § Canal 13 de Río Cuarto
- § Cablevisión
- § Sky TV satelital (que duró poco tiempo en el país)
- § Telefé Internacional (señal satelital que llega a más de 3 millones de abonados en todo el mundo)

CONTENIDOS

Principal productora y exportadora de Contenidos del país. Es la tercera distribuidora de América Latina, con presencia en 80 naciones.

Productoras

- § Telefe Cine
- § Telefe Música
- § Telefe Teatro

Recursos digitales e interactivos

§ Speedy

§ Terra

Probablemente la nómina no sea exhaustiva pero eso poco importa. Hubo y hay muchos interesados en reflejar minuciosamente el Estado de situación en cuanto al régimen de propiedad de los medios de difusión; sin embargo, la tarea tiene tantas posibilidades como un minucioso mapa de las nubes.

Lo importante en todo caso es visualizar el proceso intentando comprender cómo se llega al final de los noventa en lo que respecta al desarrollo audiovisual y poder intuir que hay algo más que un honesto liberalismo, allí donde los grandes empresarios de la industria cultural y sus representantes, reclaman plena “libertad” para sus empresas y sus operarios más insignes.

Hacia el final de la década se percibían algunas “fisuras” en el clima de opinión privatista y neoliberal, así como en los espacios académicos quizás, ciertas opiniones críticas empezaban a salir de sus reductos y a circular en un ámbito un poco menos dispuesto a señalar sus estigmas de setentistas y fracasadas.

Las grandes crisis económicas de México, Brasil, Rusia y los países asiáticos, así como sus repercusiones, empezaban a mostrar el rostro menos gentil de una globalización que recibía sus críticas incluso en los países que les había tocado la increíble suerte de seguir siendo privilegiados dentro de este mundo que ya no era el mismo.

La democracia triunfante no había redimido a los rusos, ni hecho felices a los Yugoslavos ni a las otras víctimas... Y a nivel doméstico, las altas tasas de crecimiento que supimos medir, fueron cediendo poco a poco dejando brillar de manera más deslumbrante el desempleo que superó por momentos el 20%. La nueva economía argentina abierta al mundo no encontraba en el mundo su lugar ni su razón de ser y una profunda crisis iba gestándose.

Probablemente incluso, la corrupción -existente e inocultable- cargó con más responsabilidades de las que le correspondían.

Así asumió el gobierno una alianza entre la UCR y el FREPASO que definió una fórmula presidencial con Fernando de la Rúa como presidente y Carlos “Chacho” Álvarez (referente principal del grupo de los ocho) como vice.

Más allá de sus marchas y contramarchas, que supusieron la rápida fractura del frente entre otras crisis, la Alianza sólo fue capaz de plan-tear una continuidad del modelo fundando por Cavallo, hasta el punto de nombrarlo Ministro de Economía nuevamente.

La fórmula de la solución planteada entonces podría resumirse en “más de lo mismo pero sin corrupción”. Y cumplió, al menos en eso de ser más de lo mismo. Porque más allá de los personajes que ocuparan cargos claves y sus deseos, una lógica de funcionamiento y redes de relaciones fundadas en la ilegalidad, el oportunismo y la excepción, en pos de construir poder político y económico, no se desmonta por decreto en el paso de un gobierno a otro, aun suponiendo que tal voluntad exista.

Así, el gobierno siguió el complejo rumbo que le dejó el menemismo en un marco insostenible ya para la continuidad y con una crisis que se agigantaba ensombreciendo el cielo por los cuatro puntos cardinales. Y la crisis estalló en las manos de un presidente que sólo pareció mostrar reflejos a la hora de reprimir a las masivas manifestaciones que si bien respondieron a un malestar general, algunos columnistas políticos atribuyeron al resultado de los acuerdos entre Duhalde (que era el candidato peronista derrotado en las últimas elecciones) y Raúl Alfonsín que era el radical que se impuso por primera vez al peronismo y que entendía, con claridad, que no habría una tercera vez por mucho tiempo, si de la Rúa mantenía empecinadamente un modelo que importantes sectores del poder pretendían cuando menos aggiornar.

Si de algún modo se reproducía en clave de caricatura lo que había sido la gestión radical precedente, de la Rúa tuvo al menos la originalidad necesaria para salir con las manos llenas de sangre luego de una injustificada represión que costó algunas decenas de muertos. Algo que, si bien no era una novedad absoluta en la historia de la UCR, es justo reconocer que tampoco fue, jamás, un estilo propio.

En lo que respecta al audiovisual, el gobierno de la Rúa tuvo algunas “buenas” intenciones, si puede calificarse así al intento de darle importancia y transparencia al COMFER. Levantó la suspensión impuesta por Alfonsín al PLANARA de la dictadura (decreto 1473/01) y el 15 de noviembre de 2001 presentó un Plan Nacional de Televisión. Como puede apreciarse la presentación tuvo lugar sólo un mes antes del final abrupto de su gobierno, de modo que jamás pudo implementarse ese plan que apuntaba a “*modificar el actual sistema televisivo, con la oferta condensada en pocos oferentes...*”⁶⁹ y también “*apuntaba a reglamentar el funcionamiento de las redes de TV abierta*”⁷⁰.

⁶⁹ GARCÍA LEIVA, M., “Fin de Milenio: Concentración, continuidad y control” en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía. Buenos Aires, 2005, pág. 296.

⁷⁰ *Ibidem*, pág. 295.

Su gobierno dio inicio a su proyecto de ley de radiodifusión que se envió al Congreso en abril de 2001 y que no obtuvo siquiera el dictamen de la Cámara de Comunicaciones pero, “...de haber prosperado hubiera sancionado cuestiones de hecho y dado estatuto legal formal a las maniobras permitidas...”⁷¹. Mientras tanto redujo en un 66% los gravámenes a las empresas de televisión y el trabajo de reordenamiento del espectro de radiofrecuencia que comenzó a implementar se hizo bajo la ley 22.285 siempre vigente desde la última dictadura militar.

Y cuenta en el haber de de la Rúa también el veto a la llamada Ley RTA (Radio Televisión Argentina) que pretendía crear una sociedad estatal no gubernamental, a cargo del congreso, con ATC (Canal 7), Radio Nacional, el Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR) y la Radiodifusión Argentina al Exterior (RAE) lo que le hubiera significado perder todo control directo sobre ellos. En su lugar, mediante decreto 94/01, creó el Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP) que de ese modo seguirían dependiendo del Ejecutivo y que poco y nada influyó sobre la televisión argentina, en virtud de la casi nula importancia de esa TV a excepción del Canal 7. Este era el único canal oficial “relevante”, pese a que durante el menemismo y con Gerardo Sofovich como director, sólo había diferido de los privados en las grandes pérdidas que generaba su utilización como coto de caza del poder⁷².

La caída de de la Rúa y la posterior salida del corsé cambiario que mantenía al Peso en paridad con el Dólar puso en una difícil situación al negocio audiovisual que, casi en todos sus aspectos es dependiente del mercado internacional, excepto el abono pagado rigurosamente en pesos, e imposible de aumentarse en medio de una crisis que retrajo notablemente su mercado.

Así, tras la caída del gobierno de la UCR y luego de enormes inversiones y endeudamiento

Los dos grandes operadores del mercado -Cablevisión y Multicanal- están en default. El tercer operador en importancia -Supercanal Holding- está en convocatoria de acreedores (y) una de las dos grandes compañías de TV satelital -Sky Latinoamérica- se retiró precipitadamente del país, dejando perplejos a cerca de 50.000 abonados⁷³.

⁷¹ Ibidem, pág. 298.

⁷² “A través del decreto ley N° 1022/95 Menem había dispuesto la privatización del canal estatal y el cambio de frecuencia, para la posterior venta de la señal”, GARCÍA, LEIVA, M., “Fin de milenio...”, Op. Cit, pág. 301. Para el segundo semestre de 1997 era un hecho que el canal sería remplazado por una señal de baja frecuencia posiblemente dependiente del área de cultura, muy reducida, de modo que el faraónico edificio daría cabida simultáneamente a varios museos. Diario *La Nación*, publicado el 24 de noviembre de 1997.

⁷³ Diario *La Nación*, publicado el 29 de agosto de 2002.

Lo dicho basta para comprender el proceso que hace de la TV argentina lo que es y dar cuenta aproximadamente de sus principales particularidades. Podemos detenernos aquí aunque ha pasado aún mucha más agua bajo el puente. De hecho, me detengo justo antes de una sucesión de cuatro presidentes en pocos días y la posterior asunción de Eduardo Duhalde, a quienes sucedieron ya nuevamente por vía electoral Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner.

El lector mínimamente informado sabrá que incluso se aprobó por fin una nueva Ley de Radiodifusión que vino a remplazar a la inamovible 22.285 de la dictadura militar.

Pero excepto esta ley, congelada por obra del Poder Judicial que una vez más opera a favor de los grandes conglomerados mediáticos, nada vino a modificar particularmente el escenario que asumimos como espacio de condiciones de nuestro estudio. Si la nueva ley se llegará a aplicar o no; y en caso afirmativo, el modo en que eso se haga, es un interrogante enorme aún, en el momento de escribir estas líneas.

La capacidad de los dos grandes megagrupos para operar políticamente se mantuvo inamovible durante la primera década del nuevo siglo. Para muestra basta un botón.

Tras la devaluación que dio por cerrado el plan de Domingo Cavallo, las dificultades de los operadores televisivos eran enormes y ante la posibilidad de que sus acreedores, mayoritariamente extranjeros, pudieran quedarse con parte de los activos del grupo, hizo que *Clarín* movilizara algunas pequeñas influencias, hasta obtener una ley adecuada a sus particulares necesidades.

En julio de 2003 la ley 25750, de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales, conocida como “*Ley Clarín*”, impidió que las empresas extranjeras adquieran más del 30% de un medio de comunicación. Así *Clarín* evitó que sus acreedores reclamen a cambio de la deuda contraída, la propiedad sobre alguno de sus medios.

De lo actuado por Duhalde será necesario registrar que

(...) a través de un decreto, publicado el 22 de noviembre [de 2003] en el Boletín Oficial, el primer mandatario modificó el artículo 33 de la normativa (22285) y puso fin a las restricciones que imponía el texto para la recepción de Canal 7 en áreas ya cubiertas por el sector privado⁷⁴.

Además, unas semanas antes de entregar el gobierno a su sucesor, Duhalde firmó el decreto 1214/03 que “...*autorizaba a los estados pro-*

⁷⁴ RT&A, [en línea] <http://www.rt-a.com/77/14-77.htm>, consulta realizada el 28 de diciembre de 2009)

*vinciales a solicitar y conseguir licencias de canales de aire y a los estados municipales a radios AM y FM*⁷⁵.

A poco de asumir y en el marco de un idilio temporalmente acotado entre los poderes mediáticos y el nuevo presidente, Néstor Kirchner prorrogó las licencias a sus titulares para darles garantías de continuidad en sus negocios, a pesar de lo que la ley estipulaba. Más aun, cuando el *Grupo Clarín* compró la mayor parte del paquete accionario de Cablevisión -su único “supuesto” competidor- transformando en monopolio inocultable lo que se disimulaba mediante el reparto territorial, comenzaron unas idas y vueltas legales y jurídicas irresueltas hasta hoy, que se orientan hacia la aceptación o el rechazo de esta absorción, en una alternancia más ligada a los humores políticos que a un principio legal.

Pero también deben reconocerse algunos cambios respecto del curso que traían los acontecimientos, uno de ello nada menor.

Al gobierno de Kirchner se debe un cambio muy importante en la programación y el funcionamiento de Canal 7, en una mayor atención a los pocos canales públicos y en la creación de un canal cultural de excelente nivel como es Encuentro y que constituye algo inédito en la historia de la TV nacional y es una de las aves raras en la TV latinoamericana. A eso habría que sumar la relación con Telesur.

Finalmente, ya bajo el Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, se sancionó la nueva Ley de Servicios Audiovisuales largamente postergada. Las resistencias que el proyecto debió vencer fueron tales que exigió un proceso inédito en el que se movilizó a todos los sectores involucrados en la problemática audiovisual mediante la realización de foros y debates en distintos puntos del país.

La distancia de los grandes empresarios con estos espacios de debate fue total y su acción en contra de la ley y el gobierno, cobró la forma de una verdadera batalla mediática y parlamentaria. Así y todo, la ley de Servicios Audiovisuales 26.522/09 fue aprobada y su texto definitivo publicado en el Boletín Oficial con fecha 10 de octubre de 2009.

Esto supuso un costo enorme para el gobierno y su destino es aún incierto en el marco de las amenazas formuladas por los legisladores radicales y de otras fuerzas, quienes reiteraron en distintas oportunidades la voluntad de modificar la ley en cuanto la composición del legislativo se los permitiese. Además como ya mencioné, el embate del poder judicial mendocino, provincia de origen del poderoso grupo UNO, vinculado como dije a José Luis Manzano y Mas Canosa.

⁷⁵ TORIBIO L., *41 años de televisión en Villa María*, Eiconos, Villa María, Argentina, 2004, pág. 82.

Los medios del *Grupo Clarín* informaron todo el tiempo nominando al proyecto como “ley K” o “ley mordaza de los medios” y apelando a recursos reñidos con las más elementales y tradicionales estrategias de verosimilización que siempre puso en juego la autodenominada “prensa independiente”.

En caso de que la ley resista a los embates por venir, modificará el espacio audiovisual nacional de conjunto en tanto prevé un profundo reordenamiento del esquema actual, repartiendo el espectro de frecuencias en partes iguales entre las empresas, las universidades nacionales y las organizaciones de la sociedad civil, algo expresamente prohibido por la ley 22.285 que excluía de la radio y TV a las organizaciones sin fines de lucro.

En caso de que la ley sobreviva y efectivamente se aplique, el espacio audiovisual puede llegar a ser tan diferente del actual, que nadie se atreva a aventurar demasiadas hipótesis. Por lo tanto, al escribir estas líneas, la ley sólo puede considerarse como un terreno de feroces batallas judiciales, legislativas y mediáticas operando en la definición de estrategias y expectativas

Probablemente en algunos años podamos incluir a la segunda década del siglo XXI como una nueva periodización. La primera, en cambio, no alcanzó a constituirse en algo distinto de los noventa.

Bibliografia

AAVV., *Medios política y poder*, Ediciones de periodismo y comunicación UN de La Plata, La Plata, 2004.

AGUSTI, S. y MASTRINI, G., “Radio Economía y Política entre 1920 y 1945” en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 11-27.

ALBORNOZ, L. y MASTRINI, G., “La expansión del cable en la Argentina” en ALBORNOZ, L. (Coord.), *Al fin solos*, La Crujía, Buenos Aires, 2000, pág. 77-87.

ALBORNOZ, L. et. Al., “La política a los pies del mercado: la comunicación en la Argentina de la década de lo 90” en *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (ed.), Biblos, 1999, Buenos Aires, pág. 135-150.

----- “Al fin solos. El nuevo escenario de las comunicaciones en la Argentina”, en ALBORNOZ, L. (coord.), *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur*, La Crujía, Buenos Aires, 2000, pág 181-215.

ALBORNOZ, L. y HERNÁNDEZ, P., “La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 257-286.

ARRIBÁ, S., “El peronismo y la política de radiodifusión (1946 – 1955)”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 29-52.

ATVC; Asociación de televisión por Cable, [En línea]. Dirección URL: www.atvc.org/revista/abril04/index2.htm. [Consulta realizada en 2006].

BARANCHUK, M., “Canales 11 y 13: La primera privatización de la década menemista”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág.211-234.

BARANGER, D., *Epistemología y metodología en la obra de Pierre Bourdieu*, Prometeo Libros, Buenos Aires, 2004.

BASUALDO, E. y ASPIAZU, D., *El proceso de privatización en Argentina*, La Página, Argentina, 2002.

BECERRA, M. y MASTRINI, G., “Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano”, en: *Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 11 - 2006, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pág.111 – 128.

BENÍTEZ, D. y MÓNACO, C., “La dictadura militar 1976-1986”, *Red interdisciplinaria de estudios sobre historia reciente*, [En línea]. Dirección URL: www.rieht.com.ar [Consulta realizada el 5 de setiembre de 2009].

BISBAL, M., “La televisión en Venezuela”, en OROZCO, G. (Coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002, pág. 245-285.

BOBBIO, N., *Estado, gobierno y sociedad. Por una teoría general de la política*, Fondo de Cultura Económica, Méjico, 1989.

BOLAÑO, C., “La problemática de la convergencia informática-telecomunicaciones-audiovisual: un abordaje marxista”, en *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (ed.), Biblos, Buenos Aires, 1999, pág. 29-47.

BOURDIEU, P., “El mercado de los bienes simbólicos”, 1971, en BOURDIEU, P., *Creencia artística y bienes simbólicos*, Aurelia Rivera, Buenos Aires, 2003, pág. 85-154.

----- “La construcción de la creencia. Contribución a una economía de los bienes simbólicos”, 1977, BOURDIEU, P., en *Creencia artística y bienes simbólicos*, Aurelia Rivera, Buenos Aires, 2003.

----- “Espacio social y génesis de clase”, *Sociología y cultura*, Grijalbo, Méjico, 1990.

----- *El sentido práctico*, Taurus, Madrid, 1991.

----- *Respuestas*. Grijalbo, Méjico, 1995.

----- *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Taurus, España, 1998.

----- *Las estructuras sociales de la economía*, Manantial, Buenos Aires, 2001.

----- et al; *El oficio de sociólogo Supuestos epistemológicos*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2002.

----- “Capital Simbólico y clases sociales”, 1978, en BOURDIEU, P., *Campo del poder y reproducción social. Elementos para un análisis de las dinámicas de las clases*, Ferreira Editor, Córdoba Argentina, 2006.

BRAUMANN, P., “Tecnología economía y globalización”, en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (ed.), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999, pág. 93-103.

BUERO, L., *Historia de la televisión argentina contada por sus protagonistas Desde 1951 hasta 1996*, Universidad de Morón, Buenos Aires, 1999.

BULLA, G., “Televisión argentina en los 60”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 113-134.

BUSTAMANTE, E., *La televisión económica*, Gedisa, Barcelona, 1999.

-----, “Globalización de procesos muy nacionales”, en AAVV, *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*, Gedisa, Barcelona, 2003.

CAPARELLI, S. y DOS SANTOS, S., “Estudio comparativo de la televisión posfordista y de su reglamentación en el Cono Sur”, en ALBORNOZ, L. (coord.), *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur*, La Crujía, Buenos Aires, 2000, pág 39-73.

----- “La televisión en Brasil”, en OROZCO, G., (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002, pág. 65-116.

CASTRO, J., “El retorno del ciudadano: Los inestables territorios de la ciudadanía en América Latina”, en *Perfiles Latinoamericanos*, Año 8, N° 14, FLACSO, Méjico, Abril de 2002, pág. 39-62.

CIMCAT; (Centro de investigación en comunicación masiva, arte y tecnología) “*Por una radiodifusión al servicio del pueblo. La radiodifusión al servicio del pueblo*” Cuaderno No 1, Buenos Aires, 1974.

COM, S., “Alfoncinismo, contexto político y medios de comunicación” en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 185-210.

CROVI, D., “Inequidades del NAFTA”, en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (ed.), *Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999, pág. 151-169.

DE MORAES, D., “A lógica do mídia no sistema de poder mundial” en Revista *EPTIC* vol VI, n.2, mayo-agosto 2004, págs. 16 -36.

FUENZALIDA, V., “La televisión en Chile”, en OROZCO, G. (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002, pág. 163-202.

GALPERIN, H., “La reforma en la regulación de las industrias televisivas de Brasil y de la Argentina en los 90”, en ALBORNOZ, L. (coord.), *Al fin solos*, La Crujía, Buenos Aires, 2000.

GARCÍA LEIVA, M., “Fin de Milenio: Concentración, continuidad y control” en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 287-308.

GETINO, O., *La tercera Mirada. Panorama del audiovisual latinoamericano*, Paidós, Buenos Aires, 1996.

-----, “Las industrias culturales como concepto”, en *Observatorio. Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*, N° 3, 2005, pág. 33-39.

-----, “Cultura, economía e industrias culturales”, 2008, *Transatlántico*, [en línea], dirección URL: <http://www.ccpe.org.ar/transatlantico/03/cultura-economia-e-industrias-culturales.htm> [consulta realizada en noviembre de 2009].

GUTIÉRREZ, A., *Las prácticas sociales. Una introducción a Pierre Bourdieu*, Ferreyra editor, Córdoba, Argentina, 2005.

HERSCOVICI, A. et. al., “Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación”, en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (ed.), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999, pág.9-25.

-----, “Globalización sistemas de redes y estructuración del espacio”, en: MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (ed.), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999.

HOROWICZ, A., *Los cuatro peronismos*, Hyspamerica, Buenos Aires, 1985.

KATZ, C., “Mito y realidad de la revolución informática”, 2001, [en línea], dirección URL: www.eptic.he.com.br [consulta realizada en 2005].

KATZ, J., “Tecnologías de la información y la comunicación e industrias culturales. Una perspectiva latinoamericana”, 2006, CEPAL, [en línea], dirección URL: <http://www.cepal.org/SocInfo>, [consulta realizada en enero de 2010].

KORTH, A., “Un diagnóstico de la radiodifusión en la década del 30. La comisión del 38”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 53-70.

LACROIX, J., “Las instituciones internacionales y el modo de regulación discutido y programado”, en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (ed.), *Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999, pág. 83-92.

LANDI, O., *Devórame otra vez*, Planeta, Buenos Aires, 1992.

MANSILLA, H., *La investigación en recepción y consumos culturales en Argentina*, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, 2008. [Trabajo inédito].

MARX, K., *El capital. El proceso de producción del capital*, Siglo XXI, Méjico, 1978, Tomo I, Volumen I.

----- *El capital. El proceso de producción del capital*, Siglo XXI, Méjico, 1979, Tomo I, Volumen II.

MASTRINI, G., “El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión privada argentina”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 101-111.

MASTRINI, G. y BECERRA, M., “50 años de concentración de medios en América Latina”, *Sala de Prensa N° 58*, [en línea] dirección URL: <http://www.communicationforsocialchange.org/body-of-knowledge.php?id=2964>, [Consulta realizada en agosto de 2003].

MATTELART, A., *La publicidad*, Paidós, Comunicación, Barcelona, 2000.

MAZZIOTTI, N., “La televisión en Argentina”, en OROZCO, G. (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002, pág. 23-64.

MORONE, R. y CHARRAS, D., “El servicio público que no fue. La televisión en el tercer gobierno peronista”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 135-154.

NIELSEN, J., *Televisión argentina. 1951/1975 La información*, del Jilguero, Buenos Aires, 2001.

NOVARO, M., *Argentina en el fin de siglo. Democracia Mercado y nación 1983-2001*. Paidós, Buenos Aires, 2009.

NOVARO, M. y PALERMO, V., *La dictadura Militar 1976/1983*, Paidós, Buenos Aires, 2003.

OROZCO, G. “La televisión en México”, en OROZCO, G. (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002, pág. 203-244.

OSORIO, J., *Las dos caras del espejo*, Triana, Méjico, 1995.

PÉREZ, C., *Cambio estructural y asimilación de nuevas tecnologías en el sistema económico social*, 1996, [en línea], dirección URL: http://www.carlotaperez.org/Articulos/Futures_1983_cast.pdf [consulta realizada el 3 de marzo de 2007].

POLSTOLSKY, G. y MARINOK, S., “Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control la censura y los negocios”, en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pág. 155-184.

PORTANTIERO, J., MURMIS, M., *Estudios sobre los orígenes del peronismo*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1971.

POZZI, P., *Oposición obrera a la dictadura*, Contrapunto, Buenos Aires, 1988.

RAMOS MURILO, C., “Televisión por cable en Brasil: desestatización, reprivatización y control público”, en ALBORNOZ, L. (coord.), *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur*, Ciccus-La Crujía, Buenos Aires, 2000, pág. 91-111.

REY, G., “La televisión en Colombia”, en OROZCO, G. (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002, pág. 117-162.

RÍOS, S., “El movimiento obrero durante la última dictadura militar, 1976-1983”, 2006, *Red interdisciplinaria de estudios sobre his-*

toria reciente, [en línea], dirección URL: <http://www.riehr.com.ar/detalleInv.php?id=15> [consulta realizada en setiembre de 2009].

ROSSI, D., “La radiodifusión entre 1990-1995. Exacerbación del modelo privado-comercial” en MASTRINI, G. (ed.), *Mucho Ruido y Pocas Leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, Pág. 235 -256.

ROUQUIÉ, A., *Poder militar y sociedad política en la Argentina*, Hipamérica, Buenos Aires, 1986.

R&TA; Radio y televisión americana. Año 2 - N° 23 – Octubre 1997.

R&TA; Edición 77 – Diciembre 2002 [en línea], dirección URL: <http://www.rt-a.com/77/14-77.htm#principio>

R&TA; Edición 83 – Julio 2003 [en línea], dirección URL: <http://www.rt-a.com/83/13-83.htm>

SAFAR, E., *Crisis estructural globalización y comunicaciones*, 1997 [en línea], dirección URL: <http://www.ucv.ve/ftp/root/anuario-ininco/ininco8/resart2.htm> [consulta realizada el 20 de noviembre de 2006].

SINCLAIR, J., *Televisión comunicación global y regionalización*, Gedisa, Barcelona, 2000.

SMITH, A., *Teoría de los sentimientos morales*, Fondo de Cultura Económica, Méjico, 2004.

TORIBIO, L., *41 años de televisión en Villa María*, Eiconos, Villa María, Argentina, 2004.

VARELA, M., *Los comienzos de la televisión argentina en el contexto latinoamericano*, [en línea], dirección URL: <http://diegolevis.com.ar/audiovisual/MVarela.pdf> 1998.

WASKO, J., “La economía política del cine”, 2004 en *Cuadernos de Información y Comunicación* Vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006 pág. 95-110.

ZALLO, R., *Economía de la comunicación y la cultura*, Akal, Madrid, 1988.

ZAPATA, F., *Ideología y política en América Latina*, El colegio de Méjico, 1996.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARÍA

AUTORIDADES

Rector	Abog. Martín Rodrigo Gill
Vicerrector	Cra. María Cecilia Ana Conci
Secretaria Académica	Dra. Luisa Margarita Schweizer
Instituto de Extensión	Mgter. Omar Eduardo Barberis
Instituto de Investigación	Dra. Carmen Ana Galimberti
Director Editorial	Mgter. Carlos A. Gazzera

EDUVIM

EDITORIAL UNIVERSITARIA VILLA MARÍA

Director Publisher	Carlos Gazzera
Editores	Ingrid Salinas Rovasio
	Alejo Carbonell
	Marina Aguirre
Editores Gráficos	Lautaro Aguirre
	Silvina Gribaudo
Secretaría Editorial	Renata Chiavenato
Comercialización	Damián Truccone
	Lucía Pruneda Paz
	Pablo Effel
Producción y Proyectos Especiales	Emanuel Molina
Pre-Edición y Registración	Paula Fernández
Post-Edición y Promoción	Rodrigo Duarte
Infraestructura digital y Comunicación	Marcos Gutierrez
Comité Honorario Internacional	Silvana Mandolessi Bélgica-Países Bajos
	Susana Nigro Alemania
	Fernando Stefanich Francia

UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARÍA

Villa María - Carlos Pellegrini 211 P. A. - (5900) - Tel. (54) (353) 453-9145

Córdoba - Viamonte 1005 - (5004) - Tel. (54) (351) 486-0384

<http://www.eduvim.com.ar> - <http://www.eduvim.blogspot.com>

e-mail eduvim@unvm.edu.ar

Innumerables factores condicionaron el desarrollo y las características de la TV argentina. Quien se detenga en ellos irá descubriendo una urdimbre de relaciones sociales, luchas políticas, cuestiones técnicas, factores culturales e intereses económicos, a menudo invisibles o cuando menos difusos.

Estas páginas intentan indagar sobre ese desarrollo, siempre en referencia a otros modelos televisivos latinoamericanos y atendiendo a los factores condicionantes, es decir, las luchas políticas y económicas tanto como las corrientes de pensamiento dominantes en el campo académico y las que lograban cristalizar como “sentido común” de cada época.

Con las imaginables e inevitables limitaciones de una empresa tan ambiciosa, se pretende avanzar en un esfuerzo integrador nada neutral, que opta por un particular modo de ver lo menos visible de esta industria de la mirada. Industria que es también una herramienta especial en la lucha por definir la manera legítima de comprender el mundo.



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
VILLA MARÍA

ISBN 978-987-1727-44-6



9 789871 727445

