12 / 13 / 14 SEPTIEMBRE / 2013
XVII JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN
Universidad Nacional de General Sarmiento
Licenciatura en Comunicación (IDH)
Provincia de Buenos Aires
http://www.redcomunicacion.org/
Red NACIONAL de investigadores en COMUNICACIÓN
ISSN 1852-0308

CREATIVIDAD EN LA INDUSTRIA CULTURAL: LA PROPUESTA DE CONTENIDOS SEGÚN EL FINANCISTA

María Victoria Bourdieu
vbourdie@ungs.edu.ar
Universidad Nacional de General Sarmiento

Resumen:

Este trabajo intentará una aproximación al estudio de la producción de ficción televisiva en la Argentina, teniendo en cuenta una perspectiva que avanza sobre contenidos y propuestas de poder hegemónico en un contexto de cambios de regulación.

Para ello, proponemos un recorrido con perspectiva histórica en la televisión argentina, las formas de intervención estatal y el desarrollo de su economía, incluyendo a modo de ejemplificación algunas producciones exitosas de cada período.

Hoy conocemos algunos de los entretejidos de poder y económicos que digitan muchos de los contenidos tanto ficcionales como de cualquier género televisivo, especialmente el periodístico. Sin embargo estas relaciones causales son parte de las características de los medios masivos enraizados en sistemas capitalistas. Comprenderlo es una buena manera de interiorizar la idea de que los verdaderos poderes han propiciado desde siempre un determinado relato que los legitime.

La posibilidad de construir ese relato legitimador del poder en las sociedades modernas surge de la mano de las regulaciones que favorecen estas imposiciones. Resulta muy interesante ahondar en el modo en que se configuraron las regulaciones en los medios masivos en nuestro país, aquellos cambios que se impusieron a lo largo de su historia y aquellos cambios que pretendieron imponerse y que, por distintas razones, no lograron siquiera ser discutidos.

Que ahora parezca evidente para muchos de nosotros no obsta desempolvar ese pasado reciente que nos ayude a posicionar la coyuntura actual. Las discusiones públicas en nuestro país refrescan constantemente lo ocurrido en las últimas décadas respecto de los medios audiovisuales. Sin embargo las tensiones se inician con los propios medios.

En 1989 se inició en Argentina un proceso de privatización de dos de los canales televisivos de aire que, hasta entonces, eran administrados por el Estado. Se produjeron entonces una serie de modificaciones normativas que promovieron vinculaciones tales en la estructura de propiedad de

ISSN 1852-0308

los medios que facilitaron la conformación de un mapa de gran concentración para la segunda mitad de la década del noventa. Algunas fundamentales fueron la eliminación de restricciones que originalmente tenía la ley de Radiodifusión 22.285: respecto del número de licencias para un mismo titular en un área de influencia, la restricción respecto de la imposibilidad de adjudicación de nuevas licencias a un propietario o socio de otros medios, la restricción que impedía que propietarios de medios gráficos accedieran a medios radioeléctricos, y otras que propiciaron *un régimen de acumulación del capital creciente y concentrador en lo económico y excluyente en los social* (Rossi, (2009 [2005])

La gestión privada de los canales de televisión tenía como impronta la "eficiencia" administrativa que conllevó a la proliferación de productoras independientes especializadas en diferentes géneros televisivos.

Con esta génesis y teniendo en cuenta la proliferación de este tipo de empresas en los últimos 15 años en la Argentina, que elaboran y ofrecen diferentes productos de diversos géneros de ficción que colocan en los canales de televisión abierta, la iniciativa creativa de estas empresas se ve reducida ya que deben convencer a las gerencias de contenido de los canales privatizados la pertinencia de sus propuestas.

Ahora bien, la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522, la implementación del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre crearon las condiciones para la emisión de señales en alta definición (HD). En ese marco se ha propuesto desde el Estado Nacional el Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para TV que realiza concursos anuales para otorgar fondos en distintas modalidades para producciones televisivas, al que se presentan muchas de estas productoras con trayectoria que adaptan sus propuestas a temáticas y estéticas diferentes a las que ofrecen a las empresas televisivas privadas.

Nos proponemos reconstruir sintéticamente el entramado regulatorio de la televisión argentina en relación a la propiedad de los medios y al posicionamiento de quienes fueron y son hacedores de sus contenidos. Esto al sólo efecto de invitar a la reflexión respecto del momento actual y su posible desenlace.

ECONOMÍA, LEGISLACIÓN Y CONTENIDOS EN LA TELEVISIÓN ARGENTINA

12 / 13 / 14 SEPTIEMBRE / 2013
XVII JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN
Universidad Nacional de General Sarmiento
Licenciatura en Comunicación (IDH)
Provincia de Buenos Aires
http://www.redcomunicacion.org/
Red NACIONAL de investigadores en COMUNICACIÓN
ISSN 1852-0308

SUS INICIOS

Desde 1951 y el inicio de las transmisiones televisivas en Argentina, todos los riesgos y desafíos fueron asumidos por el Estado Nacional. Incluso en lo que respecta a los contenidos, ya que desde ese momento comienzan a moldearse géneros y formatos. Pero también muy cerca de su inicio se define a través de la primera ley de radiodifusión que se otorgarán licencias por mecanismos de licitación pública con una duración de 20 años. Estas concesiones se materializan recién los primeros años de la década siguiente[1] del nacimiento de la televisión en Argentina.

El 17 de octubre de 1951 se inicia la primera transmisión pública de Buenos Aires por Canal 7 dependiente de Radio Belgrano. Si bien existen debates en relación a la autonomía real o nominal de los medios de entonces respecto del gobierno, no existe discusión sobre el carácter publicitario fundacional de la televisión argentina. A partir de allí y hasta la concreción de las privatizaciones normadas por el decreto 866/57, que estableció la privatización de los medios, la emisión televisiva de Canal 7 se hizo con financiamiento oficial.

Este es un período de experimentación teniendo especialmente en cuenta que la Argentina en 1960 tenía un total de 450 mil receptores (UNESCO. Statistical Yearbook, citado en Varela M., 2005: 41). Existe un proceso de búsqueda de un lenguaje específico. Se recuperan algunas matrices centrales de la programación radial como las comedias familiares y los teleteatros.

Así, en los años sesenta se sintetizan las condiciones político económicas que marcan el desarrollo de la televisión argentina: control político e inversión del capital trasnacional como claves. La dependencia del capital norteamericano caracterizó a todo el subcontinente.

La legislación de ese momento establecía la imposibilidad de participación de capitales extranjeros en televisión y radio. Para subsanar este inconveniente se crearon productoras de contenidos para los canales de televisión privatizados que quedaron en manos de inversores norteamericanos. Cada emisora suscribió un acuerdo con las grandes cadenas: Canal 9, el primero en salir al aire en junio de 1960, emitió debentures a favor de la Nacional Broadcasting Company (NBC) que además

[1] Canal 13 sale al aire en octubre de 1960 a partir de la inversión de CBS-Times Life; Canal 9 en junio de 1960 con el aporte de NBC y Canal 11 en julio de 1961 con el aporte de ABC. (Druetta, 2011: 110)

ISSN 1852-0308

controlaba la productora Telecenter; Los licenciatarios de Canal 13 suscribieron un acuerdo con el consorcio norteamericano CBS-TimeLife con su productora Proartel; Canal 11 comenzó a emitir después de ceder el 40% de las acciones al representante de la cadena ABC que además poseía un 90 % de la productora Telerama (Bulla, (2009 [2005]): 122).

De este modo las cadenas extranjeras lograban una integración vertical de producción de contenidos y distribución que estaba prohibida en su país.

Esta modalidad también profundizó las asimetrías entre los canales de televisión asentados en la ciudad de Buenos Aires y aquellos del interior del país. Baste citar los resultados del estudio realizado por Margarita Graziano (citado en Bulla, op cit.: 124) en el que se prueba los porcentajes de televidentes de todo el país para los años 1972/73: Proartel (Canal 13), 89.47%; Teleinterior (Canal 11), 73.10%; Telecenter (Canal 9), 59 % y estatal (Canal 7), 51.10%.

Así, durante este período las productoras asociadas a los canales de televisión produjeron el 80 % de la programación del interior del país, otorgándoles a los canales capitalinos alrededor del 50% de ingresos publicitarios del conjunto de la industria televisiva nacional. Este aporte no menor del mercado televisivo de todo el país no debe omitir que los canales del interior debían “comprar” esas producciones bajo diferentes modalidades.

Cabe señalar que desde el punto de vista estético, está década está signada por resabios de la cultura popular de los años cuarenta que, en un intento de modernización, produjeron “hibridos extravagantes” (Varela, op. cit.). Es posible percibir en algunos textos las matrices costumbristas preexistentes en el teatro, el cine y la radio, pero atravesadas por la lógica televisiva. Fiel exponente a esta estética se perfila el teleteatro *El amor tiene cara de mujer*, con auspicio publicitario de productos cosméticos. El tono general evita oposiciones melodramáticas, invitan a pensar de nuevo modo la modernización y propone diluir conflictos de clase en tanto el trabajo, como herramienta y destino opera limando el conflicto con las condiciones materiales de existencia.

En este período cunden los programas con auspicios de un único producto, tal como *La familia Falcón*, que durante ocho temporadas se erigió en ejemplo y paradigma de experiencias familiares en la clase media argentina motorizada.

ISSN 1852-0308

Por supuesto y en función de los aportes de capital mayoritarios de las empresas norteamericanas se establece la fuerte tendencia a la extranjerización en todos los planos, tendencia por otro lado, nunca revertida.

Si bien durante este período se realizan numerosas producciones locales con capitales aportados por empresas extranjeras, también aparece fuertemente las emisiones de series y películas de diferente calidad, que son emitidas en los distintos canales capitalinos y, convenientemente, retransmitidas por los canales del interior.

Para 1965 las productoras extranjeras iniciaron su retirada. Para Bulla (op.cit.) este retiro obedece a que los objetivos primordiales de estas empresas ya estaban cumplidos; habían logrado y consolidado un nuevo mercado para sus programas con una inversión relativamente poco importante. Es decir, se aseguraban las bocas de expendio en toda Sudamérica habiendo, además, impreso sus modalidades estilísticas que signarán por décadas el "gusto" de nuestras audiencias televisivas. En cambio Druetta recuperando a Mazziotti plantea que los motivos de este alejamiento pueden haber sido: una crisis en la televisión norteamericana, el inicio del desarrollo de la televisión de pago por cable y satélite impulsando la segmentación de audiencias que, varios lustros después, llegará a estas latitudes (Druetta, 2011:117).

Si bien este proceso se inicia con NBC y Canal 9 que termina en manos de Alejandro Romay, se concreta en 1970 la entrega de Canal 11 a Héctor Ricardo García por parte de ABC; y finalmente en 1971 en Canal 11 es adquirido por Goar Mestre de manos de CBS y Timelife, para lo que además contó con el aporte de un millón de dólares por parte de los hermanos Vigil (dueños de Editorial Atlántida)

Cabe señalar aquí que la política implementada desde el comienzo no tendió al desarrollo de la televisión del interior del país, de allí que resumir el inicio de la televisión porteña resulte la génesis de la televisión argentina:

"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" (Druetta, op. cit.; 111)

En 1973 existían en el país 35 canales de televisión (25 privados y 10 públicos) en red centralizada por los cuatro canales de cabecera de Buenos Aires. La totalidad de los canales se financiaban con

ISSN 1852-0308

publicidad salvo Canal 7. Esta constitución particular hacía suponer que cualquier modificación en la composición de los tres canales privados porteños alteraría todo el sistema de radiodifusión.

LA VUELTA A LA ÓRBITA DEL ESTADO

En este contexto, con el Decreto 1761 del 8 de octubre de 1973, el Poder Ejecutivo –a cargo de Héctor J. Cámpora– declara el vencimiento de las licencias de los canales 9, 11 y 13; y además confiere al COMFER la capacidad de designar la intervención en aquellas emisoras cuyas licencias se declararon extintas (Morone y de Charras, 2009). Aunque se prorroga por 180 días la administración de las licencias en manos de las empresas.

Se inicia una cruenta batalla mediática entre los sindicatos apoyados por la Secretaría de Prensa y Difusión y las empresas exlicenciatarias. También se inicia un cuestionamiento a las producciones televisivas, especialmente las de ficción, que produce una profunda crítica a su carácter marcadamente alienante, *estupidizante* –según algunas figuras del propio género-. La recuperación para el Estado de los canales televisivos facilita la mirada optimista de trabajadores televisivos en cuanto a consolidar producciones más maduras que aporten a la construcción de identidades comprometidas. Surgieron diferentes proyectos aunque todos tenían líneas comunes de organización que signaban la necesidad de constituir a la radiodifusión en un servicio público, estableciendo que la Radio y la Televisión son fenómenos culturales antes que industriales.

Por otro lado, también existen expresiones de desasosiego en relación a la decisión estatal que plantean el *monopolio oficial de la radio y la televisión* desde las notas editoriales de medios gráficos como *La Prensa* o *The Buenos Aires Herald*.

Es en 1974 a partir del Decreto 340 firmado el 31 de julio que se estatizan los canales concesionados aduciendo enormes deudas de los licenciatarios con el fisco (Druetta, 2011: 132), de este modo se define la pulseada entre quienes bregaban por la estatización y quienes alertaban sobre el peligro de la mirada unívoca del poder gobernante.

Las nuevas autoridades inauguran la impronta lopezrreguista especialmente en los noticieros (op.cit.). Cabe señalar que incluso desde el movimiento obrero se alerta sobre esta cuestión

ISSN 1852-0308

manifestando que esta marcada tendencia define la imposibilidad de generar un sistema de servicio público como se esperaba originalmente.

Las producciones ficcionales nacionales no se modificaron sustancialmente, salvo por la prohibición de algunas figuras como Mirtha Legrand o Tato Bores (que volverán una vez consolidado el golpe militar en 1976). Se mantienen ciclos como *La casa, el teatro y usted*, *Grandes obras de la literatura universal*, *Espectaculares de los viernes o Alta Comedia*. Claramente se manifiesta esa tendencia de origen que plantea Mazziotti en cuanto a las raíces teatrales de los contenidos televisivos de ficción.

Finalmente, el 18 de junio de 1975 se sanciona la Ley 20.966 de expropiación de las productoras de los canales 9, 11, 13 de Capital Federal, 7 de Mendoza y 8 de Mar del Plata, expropiando además de los canales los bienes que integraban el activo físico de los permisionarios (productoras y repetidoras).

A finales de 1975 los empleados administrativos del 9 y el 11 no cobran sus sueldos, el gremio de actores está en virtual cese de actividades y las deudas con proveedores azotan a los canales estatizados.

Así, “desde la sanción de la ley de expropiación de productoras y repetidoras hasta la caída del gobierno, el lopezrreguismo construyó su propio espacio de poder en la política nacional y los medios fueron un espacio ideal en donde reflejar la ideología gubernamental dominante” (op.cit.: 155). El escaso tiempo transcurrido no permitió el despliegue de otras posiciones, como la de los trabajadores, que esperaban establecer y consolidar el modelo del servicio público.

A partir del golpe militar de marzo de 1976, los canales de televisión de la ciudad de Buenos Aires son repartidos entre las Fuerzas Armadas. Con este complejo escenario de intervenciones y autoritarismo, la Televisión Argentina cumple 25 años de vida.

Empieza a circular de boca en boca la lista de famosos prohibidos confeccionada en Córdoba, en la sede del Tercer Cuerpo de Ejército, liderada por el General Luciano Benjamín Menéndez. En esa lista figuran Emilio Alfaro, Mercedes Sosa, Horacio Guarany y muchos otros que no podrán aparecer en la televisión ni actuar en ningún teatro del país, aunque la confirmación de la existencia de la lista será posterior.

ISSN 1852-0308

El Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) creado en 1972, pasó en el inicio de la última dictadura a depender del Poder Ejecutivo Nacional (PEN). Si bien desde los comienzos de la producción televisiva se ejercieron diversas formas de control sobre el material exhibido o a exhibir, a partir de 1976 las presiones a los canales fueron ejercidas de manera diferente.

Mediante una serie de *orientaciones*, *disposiciones* o *recomendaciones* se hace sentir la injerencia en la programación televisiva de los setenta. Veremos que estas limitaciones involucran especialmente a la ficción en general y a la telenovela en particular, aunque alcancen a toda la producción.

A partir del traspaso de la posesión de los canales televisivos a las Fuerzas Armadas, se redujeron considerablemente los recursos de financiación de éste medio de comunicación. En tanto, otros países latinoamericanos ingresaban a la etapa industrial que los catapultaría luego a los primeros puestos en producción y comercialización de telenovelas latinoamericanas para todo el mundo. Es el caso de TV Globo de Brasil, Televisa en México, Radio Caracas Televisión y Venevisión en Venezuela. A modo de ejemplo, recordemos que en 1979 Televisa realiza la telenovela *Los ricos también lloran*, protagonizada por Verónica Castro, que será comercializada en más de 127 países. En Argentina en cambio el desmantelamiento industrial del país se evidencia también en lo que respecta a la producción televisiva.

En cuanto a la incidencia de la administración militar en el género, la cantidad de ficciones que se emiten se reducen considerablemente. De pronto desapareció toda esa producción para dar ingreso a los *enlatados*.

Desde los medios gráficos se apoya y fortalece la postura gubernamental que signa a la ficción televisiva un destino de destrucción. Famosas revistas del espectáculo y/o diarios de circulación masiva, se plantea abiertamente la *crisis del género*. Por ejemplo *Radiolandia*, revista emblemática del espectáculo originalmente ligada a la radio que rápidamente supo adaptarse a la vida televisiva, se atreve a anunciar la *definitiva decadencia* del género en su número del 15 de julio de 1977. Otra revista del mismo estilo, *Vosotras*, en julio de 1979 afirma que el *teleteatro* por repetitivo ya "empieza a cansar", anunciando a viva voz que el género está en terapia intensiva. El matutino *La Nación* el 6 de agosto de 1978 también plantea la criticidad de la etapa, aunque es importante

ISSN 1852-0308

rescatar de esta nota en particular, el planteo que establece en cuanto a que el género tuvo en otra época *momentos de verdadero esplendor*.

El punto en realidad era que las producciones nacionales eran desactivadas durante la dictadura militar. Esto no es otra cosa que las consecuencias de un proceso de desindustrialización que se inició con la toma del poder por parte de las Fuerzas Armadas y que tuvo varios frentes de operación: el recorte de inversiones, la reducción del ritmo de producción y en otro plano, la censura directa.

A modo de ejemplo podemos señalar que durante 1977 un total de cuarenta y cinco series norteamericanas ocupan la programación, recordemos algunas como *La mujer maravilla* (13); *La mujer biónica* (13); *El hombre nuclear* (13); *Stasrsky y Hutch* (11); *Kojak* (7). Señalemos además que el COMFER había dictado reglas inflexibles respecto de la violencia en la pantalla televisiva pero misteriosamente la emisión de estas series no entraba en su órbita.

Pese a los anuncios de crisis, este mismo año se pasan varias telenovelas además de algunas otras producciones nacionales de otros géneros que se mantienen como *Gran teatro sin cortes*, *La casa, el teatro y usted; La noche del 13*, que paulatinamente irán declinando. Las restricciones económicas y las restricciones temáticas impuestas por las autoridades militares se hacen sentir cada vez con mayor energía. Se hace obvio que los *enlatados* se apoderan de las pantallas argentinas. Para apoyar la estrategia, la crítica televisiva propone (consciente o inconscientemente) la crisis de la ficción como principal motivo de la particular coyuntura.

En este período ninguna otra emisión televisiva se acercará a los niveles de *rating* que tienen los partidos de la Selección Argentina. A modo de ejemplo, el partido Argentina-Perú, jugado en la ciudad de Rosario, alcanza los 84 puntos.

A partir del ingreso irrestricto de productos seriales extranjeros, en su mayoría norteamericanos, se producen episodios de fuerte censura a otros géneros autóctonos. De marzo a abril de 1980, la Secretaría de Información Pública (SIP) emite varias recomendaciones sobre el *teleteatro* teniendo en cuenta aspectos intrínsecos de las temáticas y formas de narrar del género:

- Sobre la *trama narrativa*, la SIP aconseja que el relato se limite a contar *una* única historia central sin tramas paralelas, lo que hoy llamamos historias secundarias y que, conforme hemos visto en los primeros setenta, eran las que conferían las características propias de época con su correspondiente implicancia social y política.

ISSN 1852-0308

- Sobre los *contenidos* de las historias es donde van a fijar más límites, no se deberán mostrar parejas desavenidas, siempre se optará por elegir ejemplos que sustenten la *moral*, que establezcan mensajes positivos y no muestren conflictos sociales, particularmente no deberá incluirse aquellas fórmulas remanidas que muestren las marcadas diferencias sociales de los protagonistas.
- También se recomendó que las historias no sean muy extensas, y que la creatividad autoral incluya en los contenidos la marca, la huella ineludible de la *epopeya nacional* que protagonizara todo el pueblo argentino a instancias de las Juntas Militares que lo guiaron en la *gesta* contra la *subversión*.

Pero incluso cumpliendo con todas estas recomendaciones de la SIP, se estableció que cada canal no podría exhibir más de dos tiras diarias, salvo que se incluyera una tercera que hubiera sido vendida al exterior. Esta limitación incluía además la emisión de títulos de manera consecutiva.

En marzo de 1980 el gobierno sancionó el Decreto-ley de Radiodifusión 22285. La norma fue elaborada por funcionarios del gobierno con el asesoramiento de las principales asociaciones patronales del sector (la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas ARPA y la Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas ATA) "de ahí que su contenido sea el resultado de la coincidencia de los intereses del Estado (control ideológico) y los empresarios (fines de lucro) (Postolski G. y Marino S., 2009 [2005]: 179).

La ley define el servicio de radiodifusión como de "interés público" asignándole al Estado un rol subsidiario. Se fijó un régimen de licencias para personas físicas o jurídicas con "fines de lucro", aunque no aceptaba la titularidad de capitales extranjeros ni de empresas periodísticas que tuvieran otros intereses más allá de la explotación de la licencia, especialmente las empresas gráficas (diarios o agencias de noticias). Esta ley es la que ha regido, con algunas modificaciones que privilegiaron los intereses empresariales, hasta el año 2009.

Más allá de que se respetaron estas pautas, las autoridades siguieron pensando que la propia estructura de algunas ficciones es ofensiva, por eso en setiembre de 1981 la SIP informa sobre un *estudio* detallado de la programación televisiva y los contenidos de los *teleteatros*.

El informe plantea que el tiempo de emisión diario de este género va desde el 6 % (Canal 13) al 20 % (Canal 7), los productos estaban orientados por ideas centrales que *indudablemente* iban en contra de principios básicos morales de nuestra población. Además los personajes principales rondaban el amor libre, el embarazo, el aborto, el concubinato, el adulterio, la frustración, la tragedia, el fracaso. Por todo ello se obliga, una vez más, a reducir la emisión de *teleteatros* y para

ISSN 1852-0308

aquellos que tuvieran un contenido *conflictivo* se establece la obligatoriedad de emitirlos a partir de las 22hs. Todo ello con la complicidad de la crítica periodística, mientras las pantallas argentinas se deleitaban con las series norteamericanas y su propuesta de mundo que incluía una fuerte cuota de violencia, destructividad – tiros, explosiones, choques, etc.– y *deber ser* occidental, liberal y cristiano.

Por supuesto que la *telenovela* no era el único blanco de la censura, varias comunicaciones *no escritas* de la SIP imponen que no se hagan comentarios en los noticieros respecto del mercado cambiario ni su evolución, a lo sumo se podía dar información sobre el valor de las cotizaciones. Se cortan escenas de películas como *Dos mujeres*, nuestro *Capitán Piluso* tiene que aparecer en pantalla sin su honda y le quitan el traje de marinero a *Coquito*.

Por setiembre de 1982 circula la orden de la SIP por la que se prohíbe informar o comentar hechos considerados subversivos, reclamos de las Madres de Plaza de Mayo, procesos judiciales relacionados con estos temas y casos de desaparecidos. También se obliga a los canales a emitir los viernes a las 22 hs. programas para *cultivar* la ciudadanía, pero la experiencia tiene bajísimo *rating* y dura solo dos meses.

Todas estas disposiciones se daban en el marco de mercado publicitario que revierte la tendencia decreciente de los primeros años setenta. La inversión estatal a través del Estado y de las empresas que éste gestionaba por un lado, y la fuerte presencia del capitaleas trasnacionales en la economía, por otro, lograron impulsar las inversiones publicitarias que declinará fuertemente en los primeros años ochenta cuando se evidencia la crisis económica producto del experimento neoliberal llevado adelante por el gobierno militar y su primer ministro de economía (Postolski G. y Marino S., 2009[2005]).

Respecto de los cambios en el dispositivo tecnológico, el 19 de mayo de 1978 se inaugura el Centro de Producción de Programas de Televisión en Colores Argentina 78 Televisora S.A., con la presencia de Jorge Rafael Videla en las instalaciones de Figueroa Alcorta y Tagle de la ciudad de Buenos Aires, se crea a partir del Canal 7 *ATC* (Argentina Televisora Color), con todos los matices que el prisma permite, la ceremonia de apertura y los partidos del Mundial de Fútbol que se disputa en la Argentina. Aunque recién a partir de 1979 se pudo ver en colores en nuestro país.

ISSN 1852-0308

DE QUIÉN ES LA TELEVISIÓN EN EL REGRESO DE LA DEMOCRACIA

Aún en 1983, los militares insisten en censurar totalmente o recortar algunas emisiones televisivas, pero lentamente las decisiones en los canales van pasando de los militares a los técnicos.

Resulta fundamental aquí contextualizar cuáles eran los planes de la cúpula militar respecto de los medios audiovisuales. El plan era privatizar y crear nuevas ondas radiales y televisivas, pero esto choca con el controvertido inciso "E" del artículo 45 de la Ley 22.285 de Radiodifusión, que impide a las empresas periodísticas presentarse a los concursos abiertos.

En estas instancias, la justicia suspende la licitación de Canal 9 y Radio Belgrano haciendo lugar a un reclamo de AEDBA (Asociación de Editores de Diarios de Buenos Aires), pero en octubre se reanudan los concursos. Se otorga Canal 2 a *Hit Producciones* por un total de un millón trescientos mil dólares, en tanto el 25 de octubre (cinco días antes de los comicios que llevarán a Alfonsín al sillón de Rivadavia), por decreto 2776 se otorga Canal 9 a Alejandro Romay asociado con José Scioli y Héctor Perez Pícaro, por cuatro millones ochocientos mil dólares. En tanto las licitaciones de los canales 11 y 13 son suspendidas.

Ya con el gobierno radical en el poder cambian algunas caras en las pantallas televisivas. En este punto hay posiciones encontradas respecto de los motivos de estos cambios. Para algunos se trata de *prohibiciones expresas* del "nuevo poder" televisivo, para otros sólo son problemas de *caché*. Cada contrato que llega a su fin y no es renovado se presenta a la opinión pública como un intento de censura; sin embargo lo que se plantea desde los propios canales es un recambio.

Por estos momentos la televisión argentina se llena de programas de debates con escenografías mínimas que traen a la pantalla a periodistas como Mario Monteverde, Mona Moncalvillo, Horacio Salas, Enrique Vázquez, Eduardo Aliverti, Hugo Gambini, etc. Estos programas tendían a contextualizar la realidad política por la vía discursiva a modo de amable y hospitalario anfitrión que permite al espectador ubicarse en algún espacio/tiempo del novel sistema político.

De esta manera la participación ciudadana que habilita la democracia es vivida en 1984 por la pantalla televisiva: El 3 de julio se emitirá el primer especial que la democracia dedica al tema de los *desaparecidos* titulado *Nunca más*; para connotar la reacción que esto produce en los círculos

ISSN 1852-0308

militares baste señalar que en el mismo momento de la emisión del programa estalla en instalaciones de Canal 13 un explosivo.

Se acentúa la tendencia a producir programas periodísticos, quizás porque el público tenía una fuerte apetencia por saber qué estaba pasando y cómo pasaba, producto de la abstinencia forzada de informaciones políticas a la que lo había sometido el poder militar.

Ya en 1986 y pese a los reclamos insistentes (y más de una vez exitosos) de algunas agrupaciones religiosas que consiguen que el COMFER suspenda preventivamente el tratamiento de temas sexuales en televisión, este tipo de temas son tratados en los programas de la tarde, dirigidos al ama de casa de la mano de María Luisa Lerer en *Veinte mujeres* (ATC) magazine conducido por Fernando Bravo, que en retrospectiva resulta un antecedente inequívoco de los *talk shows* que llegarán después.

El retorno a la democracia se produce de la mano de los programas periodísticos que analizan la realidad política para un público que perdió el entrenamiento, programas de juegos con premios de todo tipo apoyando la teoría de que la risa es el mejor de los remedios y, por supuesto, transmisiones deportivas.

Sobre el género informativo para algunos autores, surge por esta época una nueva manera de contar las noticias cuyo precursor fue el noticiero *Nuevediario* (Canal 9). A partir de la inyección de emoción y nervio a las noticias, aunque sea con impostación y sobreactuación, cabe remarcar que aún hoy se encuentran fuertes secuelas de este estilo que impregnan informes especiales con innegables improntas melodramáticas y sensacionalistas en los noticieros más vistos de la pantalla.

En cuanto a la ficción, éste es el periodo en que se inicia la saga que catapultará a Andrea del Boca a la cima del protagonismo femenino algunos años después. También se gestan otros equipos que serán elevados a una fama consistente y duradera, Canal 11 pone al aire *Amor gitano* con Arnaldo André y Luisa Kulliok que, un año más tarde harán *Amo y señor*[2], la telenovela que, cachezados y sacudones mediante, dará que hablar a diferentes sectores de la sociedad, constituyendo un claro exponente del “tono de época”.

[2] Esta tira contó con la producción de Raúl Lecuona quien adquiere en los años ochenta los viejos estudios de Argentina Sono Film y los bautiza con el nombre de Sonotex. Allí se realizarán exitosísimas ficciones para la televisión argentina hasta que los adquiera Telefe y los rebautice como Telinde.

ISSN 1852-0308

Más allá de las consideraciones respecto de la violencia de género que -por obvias- no repetiremos, sí puede postularse como preocupante el hecho de que el *héroe*, el prototipo del hombre contenedor y protector que el melodrama clásico ha propuesto desde siempre, sea quien *ajusticie* a la *víctima* para que logre ubicarse en *su* lugar en el mundo.

También por entonces comienza a dibujarse una línea que sólo tomará cuerpo algunos años después, la *telecomedia adolescente*, que tiene en *Pelito* (Canal 13) su primer ejemplo. Y este novel género resultará funcional a otras concepciones ideológicas, también ligadas a la propuesta de disciplinamiento, que hemos visto en la telenovela más exitosa del período.

En 1987 la televisión se vuelve quizás un poco más grosera. Es el año en que se disuelve la SIP (Secretaría de Información Pública) y los canales pasan a la órbita de la Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación.

En el contexto político, el gobierno encaró tímidamente la reforma estatal que ciertos programas televisivos y algunos sectores de la sociedad reclamaban de manera reiterada (Com S., 2009[2005]). Una vez asumido el gobierno alfonsinista, se intervino el COMFER. El partido gobernante estableció una comisión para el estudio de la legislación y el ordenamiento de los medios de comunicación social a través del Decreto 1154.

Un anteproyecto de ley de la SIP (Secretaría de Información Pública) proponía tres alternativas para abordar la cuestión de los canales de televisión de Buenos Aires: 1- un ente público gubernamental que administre los tres canales capitalinos o, 2- un ente gubernamental administra ATC, otro estatal no gubernamental administra los otros dos canales y, 3- el ente gubernamental administra ATC, el no gubernamental administra Canal 13 y se privatiza Canal 11 (op.cit.). Recordemos que la posesión del Canal 9 estaba en litigio judicial. También se elaboró un proyecto en el COMFER esencialmente privatista, centralista y comercial, marcando una tajante e insalvable división dentro del gobierno respecto de la temática de medios audiovisuales. Estas diferencias hicieron declinar el impulso modificador de la ley de radiodifusión que estaba en la plataforma de gobierno de Alfonsín. Hubo fuertes presiones empresariales, especialmente del diario Clarín. Finalmente en 1988 se trataron seis proyectos de radiodifusión en plenario de comisiones de la Cámara de Diputados, sin embargo nunca llegaron a tratamiento por la Cámara en sesión ordinaria.

ISSN 1852-0308

En 1989, ya con el gobierno de Carlos Menem, la Ley de emergencia económica determina algunas modificaciones específicas a la de Radiodifusión de la dictadura tendientes a consolidar la privatización en manos empresariales.

LOS NOVENTA

El 8 de julio de 1989, cinco meses antes de lo previsto, asume la presidencia de la nación Carlos Saúl Menem, en medio de una crisis económica de enormes proporciones, recordemos 132 % de inflación en junio de ese año, 299 % en julio, totalizando un aumento de precios de 934% en el primer semestre de ese año (Druetta, S., 2010).

En este contexto se potencia la necesidad de instalar fuertemente la premisa de achicar el Estado, reducir a lo imprescindible –y menos aún- su injerencia. Así se impone el relato que ya venía esbozándose durante el gobierno alfonsinista respecto de la ineficiencia de las empresas en manos del Estado y, por el contrario, la idea de privatizarlas ya que sólo *la mano invisible* del mercado y el legítimo carácter lucrativo del capital privado pueden volver eficiente y satisfactorio aquello que la desgastada estructura estatal había desvirtuado.

Para imponer este discurso era imprescindible contar con la connivencia entre gobierno y medios. Por eso se incluyó en la Ley 23.696 de Reforma del Estado, sancionada en agosto de 1989, modificaciones claves en la ley 22.285 de Radiodifusión:

a. Se eliminó la restricción del art. 43 inc c) que disponía el límite de 3 licencias de televisión o radio a una misma persona física o jurídica en distintas áreas de cobertura.
b. Se eliminó la restricción del art. 45 inc. e) que establecía que no podía presentarse al concurso de una nueva licencia un propietario o socio de diferentes sociedades de radiodifusión.
c. Se eliminó la restricción del art. 45 inc. e) que impedía la presentación al concurso de una persona física o jurídica vinculada a empresas periodísticas (medios gráficos)
d. Se eliminó la disposición del art. 46 inc. a) que establecía que el objeto social de la licenciataria sería exclusivamente la prestación y explotación del servicio de radiodifusión (es decir, se permite que participen como licenciatarias empresas o personas con otras actividades económicas).
e. Se eliminó la disposición del art. 46 inc. c) que establecía que los socios de las licenciatarias serían personas físicas y no excederían el número de veinte (es decir, se permite la constitución de una sociedad integrada por otras sociedades. (Rossi D., 2009[2005])

ISSN 1852-0308

A partir de la modificaciones realizadas a la Ley de Radiodifusión 22285/80, se produce la privatización de los canales 11 y 13, siendo la primera privatización de la década del noventa (Baranchuk, 2009 [2005]). Recordemos que el Canal 9 quedó en manos de Alejandro Romay quien no aceptó el acuerdo extrajudicial ofrecido por el gobierno militar, recuperando el canal durante el gobierno de Alfonsín. Según Baranchuk esta privatización "fue el puntapié inicial para la concentración mediáticas más brutal que se hubiese vivido hasta entonces" (op.cit.: 215).

Asimismo, en abril de 1994 se consolida lo que Rossi denomina la *tercera oleada de inversiones extranjeras en los medios de comunicación argentinos*, a partir del inicio de relaciones con empresas de producción y distribución de televisión por cable (Rossi op. cit.). De esta forma los principales medios locales avanzaron en la conformación de alianzas, ventas o fusiones con programadores y empresas que contaban con experiencia y facilitaron las inversiones en el tendido de red de fibra óptica y renovación de equipos. Entre 1994 y 1995 el grupo Clarín con el respaldo de Citicorp dispuso del dinero para conformar Multicanal, entre otras operaciones que pusieron la mayor parte del negocio del cable en manos extranjeras. El marco para realizar estas operaciones lo dio la ley 24124, sancionada el 20 de octubre de 1994 que ratifica un tratado de promoción y protección "recíproca" de inversiones firmado con Estados Unidos, aunque no se pudo aplicar para las empresas argentinas en ese país, ya que un anexo al tratado especificaba la protección del gigante del norte a sus empresas (Rossi, op. cit.)

La segunda mitad de la década del noventa constituye también una etapa trascendente para los medios en general y para la televisión en particular. Se trata de un momento clave que produce reconversiones y transformación en la estructura productiva argentina que tiene como actor principal a grupos económicos locales y a algunos conglomerados extranjeros de modo de reducir definitivamente a la política como un subsistema de la economía.

A partir de la reforma constitucional de 1994 los tratados internacionales adquirieron estatuto de ley. Así aquellos de Protección Recíproca de Inversiones permitieron considerar a los capitales extranjeros como propios de modo tal de favorecer el ingreso de fondos de inversión de grandes operadoras de radiodifusión hasta entonces vedado por ley, legalizando la propiedad extranjera. En esta etapa se amplía el número de licencias por operador, pasando de 4 a 24 en el país, de modo de

ISSN 1852-0308

facilitar la concentración en ciernes de operadores como Telefónica, Clarín, Grupo Uno, etc.. También se autorizan las transferencias de licencias de medios, lo que dificulta ostensiblemente el seguimiento de los compromisos de los licenciatarios (Albornoz L. y Hernández P., 2009 [2005]).

Así, durante 1996/97 el sector de las comunicación ocupó el primer lugar en recibir inversiones extranjeras (Albornoz L y Hernández P, 2009 [2005]). Como consecuencia de esto se conformaron dos grandes conglomerados mediáticos: el Grupo Clarín y Telefónica, éste último posicionado en primer lugar hacia fines de la década con la posesión de los canales 11 y 9 además de la operadora de cable Cablevisión, que implican la articulación de intereses entre empresas gráficas y audiovisuales que además utilizan sus grandes alcances y penetración para consolidar y proteger otros intereses relacionados con actividades comerciales muy diferentes a las mediáticas.

En este contexto duopólico con amplia participación de capitales extranjeros, en 1995 ocurre un fenómeno que tiene una vertiente muy diferente a la de las productoras "asociadas" en los sesenta: se inicia la proliferación de productoras independientes de contenidos. Aquí se trató de la necesidad de "tercerizar" la programación en aras de reducir costos que, el contexto de crisis económica, no podían afrontar las cadenas televisivas recientemente privatizadas, libradas al "justiciero" juego de la oferta y la demanda impuesto por la doctrina neoliberal reinante.

La generación de productoras televisivas independientes favorecía la especialización de estas empresas, de modo de reducir drásticamente costos de producción, incluyendo los relacionados con recursos humanos ya que operaba la consideración de que una productora especializada en un género determinado podía producir sin considerar otras variables globales relacionadas con el funcionamiento de un canal televisivo.

Cabe señalar que es en 1995 cuando se visualizan las consecuencias del "efecto tequila" que lleva a las empresas anunciantes a disminuir sus pautas publicitarias, reduciendo en un 25 % los ingresos por publicidad de los canales de televisión (Juan y Quinn, 2002:54).

Entonces, el surgimiento de estas productoras independientes obedece estrictamente a una lógica empresarial capitalista en función complementaria a la de los canales. Los canales se dedican a planificar las horas de emisión y las productoras a "crear" los contenidos y formatos. Con esta carga economicista en su génesis, la productoras difícilmente se propongan innovaciones drásticas de géneros y/o estilos, ya que mantienen criterios de selección de contenidos relacionados

ISSN 1852-0308

exclusivamente con la posibilidad de que los canales adquieran sus productos. En definitiva los canales determinan sus contenidos y difícilmente estimulen propuestas originales e innovadoras en un contexto de crisis.

Así, el inicio de este proceso de tercerización se dio con la creación de Pol-Ka, productora creada en 1994 por Adrian Suar y Fernando Blanco, cuyo primer producto televisivo fue la serie semanal *Poliladron*, que marcó un hito en la televisión argentina[3], emitida por Canal 13 en 1995.

El propio Hugo Di Guglielmo Director de Programación de Canal 13 en el período 1990-2002, en su libro *Vivir del aire* manifiesta enfáticamente que "la producción independiente no lo es tanto, pues depende siempre de un canal". En la Argentina de los años en que dirigió la programación de Canal 13, los canales compraban las series de ficción con antelación a su producción, por lo que se hacían cargo de los costos de producción, asegurándose la productora de antemano que el programa sería emitido. Por otro lado, nos cuenta que el productor independiente *no hace lo que quiere*: el director de programación aprueba o no la idea, se discuten tanto el libro como el *casting* y se chequea permanentemente el desarrollo de la historia en el aire. Desde ya es el canal el que decide días y horario de emisión y realiza la promoción del programa. "No se compra a ciegas", afirma. (Di Guglielmo, 2002. pág. 120).

El arribo de las productoras independientes y la experimentación de formatos y estilos establecen en 1998 una nueva etapa para la ficción televisiva argentina. Pol-ka realiza para Canal 13 *Gasoleros*, comedia costumbrista de emisión diaria -lunes a viernes- en horario central nocturno.

No es casual que el género que introduce la innovación de la tira diaria en los noventa, sea la comedia costumbrista. Para un período en el que las políticas económicas argentinas favorecen la estructura de dominancia ejercida por los principales grupos del planeta (Mastrini y Becerra, 2001:17), se corresponde el concepto de "proximidad cultural" propuesto por Straubhaar (1994), como contrapunto de la "interdependencia asimétrica" que representa las características de penetración de productos televisivos y cinematográficos extranjeros, especialmente estadounidenses, dados su mayor desarrollo y experiencia en producciones de algunos géneros.

La "proximidad cultural" surge, en oposición de la pasiva reacción de las audiencias a las propuestas extranjeras, cuando los desarrollos en la producción se encuentran en iguales

[3] http://es.wikipedia.org/wiki/Pol-ka _Producciones: consultado 09/09/2011

ISSN 1852-0308

circunstancias en medios externos e internos, los auditorios tendrán la tendencia a preferir la programación más cercana o más próxima a su propia cultura (op.cit).

Las características de género de las tiras costumbristas que logra imponer esta productora y que luego copian otras productoras exitosas, facilitan la comprensión de este concepto. Se propone una especial identificación de la/s audiencia/s a partir de incorporar temáticas sociales que transcurren de manera sincrónica, situaciones contemporáneas fácilmente reconocibles para gran parte del público de las ciudades argentinas.

La proliferación de productoras independientes nos hace pensar que hoy en día no se produce como en los noventa. Existen riesgos de la productoras independientes, especialmente las que proponen innovaciones en géneros y estilos. La prueba de ello puede explorarse en diferentes productos de una misma productora incorporados a las pantallas de distintos canales de aire. Además, la reciente propuesta de subsidiar producciones independientes desde las políticas públicas ha demostrado la versatilidad de estas productoras, tanto en su conformación como en sus temáticas de abordaje para acceder a esos beneficios.

El gobierno de Menem y su continuador el de la Alianza no promovieron la participación ni el acceso igualitarios y universal a la información, en términos generales mantuvieron una relación clientelística con los dos grandes grupos de comunicación cuya formación avalaron. A inicios del año 2000 el gobierno de De la Rúa insiste con perpetuar un modelo de subordinación política y obediencia al mercado, remedando aquél que se impusiera en los años sesenta. De esta manera el acuerdo incluía conservar los privilegios existentes para los megagrupos instalados a cambio de fiscalizar los contenidos y los medios públicos. El Estado pierde la capacidad de autonomía en la regulación del sector de modo de permitir que aquellos que ya tienen el poder económico sumen progresivamente poder político.

CRISIS DE LA CONVERTIBILIDAD Y POLÍTICAS DE RADIODIFUSIÓN

Diciembre de 2001 marca un quiebre en el desarrollo del programa neoliberal iniciado con la dictadura militar y afianzado en la década del noventa. Resulta especialmente esclarecedor para comprender los alcances de esta crisis el análisis del papel de los medios de comunicación como

ISSN 1852-0308

actores clave por su doble rol: el de informar aportando al debate democrático; y el de empresas con importantísimos intereses económicos.

Luego de la agitada muestra de fragilidad institucional de fines de 2001 e inicios de 2002, la sucesión de presidentes provisionales, la Asamblea Legislativa elige a Eduardo Duhalde como presidente para completar el mandato del malogrado de la Rúa.

Duhalde se propuso reestructurar el área de comunicación con la creación de la Secretaría de Medios de Comunicación dependiente de la Presidencia de la Nación e intervino el COMFER, proponiendo un nuevo sistema de sanciones que pretendía regular tanto los contenidos como el sistema de funcionamiento de la radiodifusión (Baladrón M. 2009[2005]). Pese a estas propuestas regularizadoras, quedó pendiente la resolución sobre licencias en situación irregular. Finalmente Telefónica se desprende de uno de sus canales porteños de aire (Canal 9-Azul).

En este contexto de transición política y social, es necesario señalar que los cambios no fueron profundos en términos de propiedad de los medios. Durante éste período se negoció la Ley de Preservación de Bienes y Capitales Culturales que finalmente se sancionó el 18 de junio de 2003. Esta ley (también llamada ley Clarín) establece que la limitación de capital extranjero al 30 % de la propiedad de los medios de comunicación a partir de su entrada en vigencia. También elimina la posibilidad de que las empresas sean adquiridas por sus acreedores ante la imposibilidad de pago.

Cabe señalar que la mayoría de las empresas de medios se habían endeudado en el exterior durante la convertibilidad. El Grupo Clarín estaba en una situación particularmente delicada ya que sus medios acumulaban una deuda de alrededor de mil millones de dólares a finales de 2001. Así esta ley, para algunos a medida del grupo, puede ser el botón de muestra de un poderío que, por algunas conveniencias circunstanciales, suele ponerse en tela de juicio:

> “El 3 de enero [de 2002], 48 horas después de la designación de Duhalde, “hubo una reunión reservada entre el propio presidente, Remes Lenicov, ministro de Economía, el director general de Clarín, Héctor Magnetto y el político-empresario peronista Alberto Pierre (…) Magnetto señaló que había que pensar en algo para ayudar a los medios nacionales y que, si esto se hacía, el gobierno podría contar con un importante apoyo por parte del holding” (Rodríguez Diez, A. 2003, citado en Baladrón M. 2009[2005])

Fruto de ésta y, seguramente, de otras reuniones o intercambios se modificó el art. 48 de la Ley de Concursos y Quiebras Nº 25563 y, cuatro días después de esta modificación se dictó el Decreto

ISSN 1852-0308

214/02 que pesificó la deuda en dólares. Así los adalides de la no intervención estatal eluden los riesgos del endeudamiento indiscriminado de la mano protectora del estado.

Sin embargo la operación fue resistida por los acreedores extranjeros y el Fondo Monetario Internacional y tuvieron que agudizar la creatividad para configurar un salvataje que sostuviera a los grandes grupos mediáticos argentinos endeudados. Con fondos provenientes de la exportadoras mineras y petroleras por un lado, y la facilidad en la adquisición de bonos del estado por otro, se aligera la carga hasta la sanción de la Ley de preservación de bienes y patrimonio cultural. Seguramente aquella tapa de Clarín del 27 de julio de 2002 “La crisis causó dos nuevas muertes”, sea una mínima muestra de la reciprocidad con que el multimedio demostró agradecimiento por tantas gestiones auxiliadoras.

En tanto desde la pantalla de sus medios se daba apoyo incondicional desde las ficciones de Pol ka, *Son amores*, fiel exponente de la comedia costumbrista resalta valores urbanos y características identitarias de segmentos populares de modo de fortalecer las improntas de argentinidad que el acompañamiento a la ley Clarín merecía, se ubicó segundo en las preferencias del público con un *rating* promedio de 24.3 puntos, a la saga de *El show de videomatch* de Ideas del Sur, con un promedio de 25.3. En tanto otros canales apostaban a otras producciones algo más comprometidas como *Tumberos* de Ideas del Sur (Canal 2), o los convencionales estereotipos de la telenovela posmoderna de *Kachorra* coproducción de Telefe contenidos y RGB Entretainment.

Posteriormente y ya bajo la presidencia de Néstor Kirchner se dictan una serie de disposiciones que de algún modo favorecen, una vez más, a los grandes conglomerados mediáticos profundizando la concentración económica. La Ley 25750 de Preservación de bienes y patrimonios culturales, se sanciona al inicio de este período, aunque como hemos dicho ya, se negocia antes de la asunción de Kirchner.

Además el 30 de setiembre de 2004 se extendió la titularidad de la licencia de LS85 TV Canal 13, mientras que el 17 de diciembre del mismo año se hizo lo propio con LS84 TV Canal 11, ampliándose ambas hasta el 14 de enero de 2015.

Pero como si esto fuera poco en términos de proteger la concentración que estos medios venían detentando, el 20 de mayo de 2005 Néstor Kirchner firmó el Decreto Nº 527 que establece la

ISSN 1852-0308

suspensión del cómputo de los plazos de licencias de los servicios sonoros, televisivos y complementarios de todo el país por un lapso de diez años. El fundamento de esta medida descansa en la necesidad de estos medios de un horizonte de previsibilidad y, considerando que la salida de la profunda crisis en la que se vieron comprometidos era incipiente por entonces, necesitaban nuevos plazos para recomponer su situación económico-financiera.

En tanto, un ***nuevo estilo*** que se conforma en las ficciones nocturnas a partir de 2004, propone un mayor protagonismo del personaje del héroe en tanto que la víctima, originalmente personaje que impulsa la historia, va desdibujando su importancia hasta terminar casi diluida, dejando como anzuelo temático la obtención de Justicia que sólo será posible a partir de la intervención del héroe. Pol-ka y Fair Dori propondrán en Canal 13 *Padre coraje*, que además de introducir personajes importantes de la historia argentina del siglo XX, reproduce el dilema histórico (paroxismo del melodrama) que presentaron desde diferentes perspectivas la película *Camila* o la miniserie *El pájaro canta hasta morir*. Aunque en esta historia el sacerdote no es tal, deberá sacrificar su amor para sostener su mentira.

Vemos claramente cómo se gestan cambios que luego (no tan paulatinamente como podría haberse esperado) se plasman en las emisiones nocturnas de modo de desdibujar la propuesta con fuerte base melodramática clásica.

En 2005 se recreará la década de los cuarenta en una Buenos Aires tumultuosa y plagada de inmigrantes enfocados en arraigar sus vidas e intereses a un país floreciente. Y en el 2006 *Montecristo* (Telefe Contenidos) inicia contundentemente la propuesta que además de consumar una venganza sangrienta contra quienes lo dañaron en el pasado, se constituye en instrumento de reparación en el marco de la recuperación de identidad de la protagonista femenina, quien ha sido en su infancia una bebe apropiada por el poder militar de los setenta.

Los contextos políticos no están ajenos a esta novedad temática y estilística: se imponen sincrónicamente algunas estrategias del Estado argentino para establecer propuestas respecto de la conformación de memoria social. En este sentido, creemos que la postura oficialista en el momento de emisión de la telenovela, contribuye a generar consenso respecto de la conformación de una memoria con un sentido particular. Las acciones simbólicas que desde el poder se realizaron tienen una importantísima connotación que derivará en significaciones sociales.

ISSN 1852-0308

LOS UNOS Y LOS OTROS, PODER/PODERES ENFRENTADOS

Sin embargo, a poco de recibir estas extraordinarias extensiones de licencias, se instaló un abierto enfrentamiento entre el Grupo Clarín (el conglomerado mediático más grande del país) y la figura presidencial. Este enfrentamiento se hace ostensible "a partir del conflicto entre el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y las principales organizaciones patronales del sector agropecuario, iniciado en marzo de 2008 en torno a la decisión de incrementar el precio de las retenciones a la exportación de granos y oleaginosas, y luego de las protestas y el lock-out que recibió un fuerte apoyo de los grupos multimedios, se reactivó en Argentina el debate sobre el rol y regulación del sistema de medios" (Marino S., 2012).

Probablemente producto de este enfrentamiento, el gobierno impulsó la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual con el propósito de impedir la concentración de medios.

Sucintamente la ley sancionada en octubre de 2009 reconoce tres tipos de prestadores: estatales, privados comerciales y privados no comerciales; limita a diez la cantidad de licencias que puede disponer una misma empresa o persona para radiodifusión, 24 para operadores de TV por cable (con una señal propia), una licencia nacional para operar TV satelital, y hasta un 35 % del mercado potencial en todos los casos. Establece un plazo de un año para que los licenciatarios que exceden la cantidad de licencias establecidas se adecuen a sus disposiciones.

Con estas restricciones los grupos multimedia se han visto afectados según sea su composición y presencia geográfica, de allí que profundizara el enfrentamiento entre mercado y estado que, de manera evidente pone de manifiesto la relación fluctuante entre medios masivos, poder político y poder económico.

Como vimos hasta ahora, conforme la trayectoria de la televisión argentina, los intereses empresariales y políticos no parecían estar enfrentados de manera evidente. En todo caso, más allá de diferencias coyunturales, hemos explicitado algunos posicionamientos funcionales que facilitan el entramado y la interdependencia de uno y otro.

Especial coyuntura surgida a partir de 2008 inicia un proceso inacabado de tensiones y disputas discursivas que se han visto traducidas en acciones concretas por parte de los actores de este conflicto.

ISSN 1852-0308

En este período la pantalla televisiva se nutre de ficciones de distintos géneros. En 2008, Telefé propone, en su pantalla nocturna, *Vidas robadas* (Telefe Contenidos) que recrea las dolorosas vicisitudes de las muchachas que son secuestradas y obligadas a prostituirse, así como el esfuerzo que realizan sus familias para encontrarlas. *Los exitosos Pells* coproducida por Underground Contenidos y Endemol Argentina (Telefe 2008/2009) es una telecomedia que se introduce en el mundo periodístico de un noticiero televisivo y, estereotipos mediante, establece la carencia de límites éticos a la hora de mantener un lugar preponderante en los medios, aunque la propuesta especula con que la falta de escrúpulos es patrimonio individual y resulta castigada como corresponde, facilita la mirada en torno al contexto de hipocresías varias que se propone para la "familia televisiva" que tuvo 21.7 puntos de *rating* promedio. Extrañamente en 2009 las temáticas más relacionadas con la actualidad y el mundo del trabajo se desechan por completo volviendo a los estándares de género, especialmente la telenovela: la producción de Pol ka, *Valientes* (Canal 13, 2009/2010) fue una telenovela que configuró el programa más visto de la televisión abierta (alcanzando un porcentaje de pantallas prendidas en esta emisión del 65,95%). Este programa recupera abiertamente las características de la telenovela clásica, "estilo tradicional", donde las temáticas argumentales se mantienen ajenas a las cuestiones que la sociedad atraviesa de manera simultánea.

Mientras se sigue dilatando la total implementación de la ley sancionada en 2009, resulta interesante adentrarse en las producciones ficcionales de la productora de ficción del Grupo Clarín y su alusión tanto al enfrentamiento con el gobierno como a la figura presidencial. Siguiendo la impronta de despojo político, en 2010 aparece en Canal 13 la telenovela *Malparida* (también de Pol ka que, para entonces, tenía el 55 % de capital en manos del Grupo Clarín), cuya protagonista está lejos de constituirse en una heroína convencional, logra que la tira cumpla con casi todos los cánones del género en su estilo tradicional con fuerte carga melodramática. El regreso del protagonismo femenino en *Malparida* resulta, por lo menos, preocupante ya que esta mujer adolece de todas las características que solían tener las heroínas en este género. Considerando en un mínimo vistazo el esfuerzo de la lucha por alcanzar reivindicaciones históricas para las mujeres es, sin duda, desalentador en un contexto nacional que propone discutir desigualdades de género y

ISSN 1852-0308

donde el poder ejecutivo es conducido por una mujer. Sin duda esta característica del personaje principal de la telenovela pretende decir algo más allá del argumento de la tira.

Insistimos, pasados cuatro años de su sanción, no existe en la pantalla de la televisión abierta un abanico ficcional que permita sostener la diversidad y democratización de los productos televisivos, aunque corresponde aquí señalar algunas propuestas públicas que pretenden revertir esta situación.

La implementación del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre crea las condiciones para la emisión de señales en alta definición (HD). En ese marco se ha propuesto desde el Estado Nacional el Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para TV que realiza concursos anuales para otorgar fondos en distintas modalidades para producciones televisivas. En él participan diferentes productoras independientes con antecedentes que obtienen subsidios para sus realizaciones y la garantía de emisión en canales abiertos y, dependiendo de la categoría de participación en *prime time.*

Asimismo se creó el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), una red digitalizada de fácil acceso, conformada por el material que aportan los diferentes actores del ámbito audiovisual local y regional. BACUA se propone abastecer de contenidos audiovisuales de alcance universal, tanto a los nuevos espacios de emisión como a los ya existentes.

Productores independientes, organismos gubernamentales y no gubernamentales, universidades, agrupaciones sociales y señales que cuenten con producciones propias, pueden ceder sus contenidos de manera gratuita al Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino con el fin de ser distribuidos del mismo modo a los canales de televisión de todo el país.

Banco que cuenta con un total de 303 producciones de diferentes géneros y formatos, tiene 60 ficciones en formatos como miniseries, unitarios, etc.[4]

La implementación de estas políticas públicas en relación a los contenidos televisivos es demasiado reciente para estimar resultados, pero abre una perspectiva auspiciosa en cuanto a la posibilidad de democratizar los espacios de comunicación y, especialmente para ahondar sobre la posibilidad de que la diversidad de estilos y estéticas en la ficción televisiva favorezca la

[4] http://catalogo.bacua.gob.ar/catalogo.php consultado 30-03-2013

ISSN 1852-0308

adaptación al gusto de las audiencias locales o, como se ha propuesto desde la propia economía política de la comunicación y la cultura, las audiencias resignan sus expectativas y aceptan las propuestas sin mayores exigencias.

En tanto, con diferentes matices los canales de aire siguen emitiendo ficciones que se enmarcan en los géneros de mayor éxito, aunque no siempre obtengan los resultados esperados.

Estamos ansiosos por analizar los efectos en las audiencias que puedan producir la emisión de las ficciones ganadores del Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales para TV y/o de acceso a contenidos del BACUA. En este punto, los números de *rating* no parecen auspiciosos. Sin embargo descontando que las mediciones de audiencia distan de reflejar una realidad nacional (e incluso local), creemos que también será necesaria una conciencia de apropiación por parte de los espectadores.

ISSN 1852-0308

BIBLIOGRAFÍA

Albornoz L. y Hernández P. (2009[2005]) "La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999" en Mastrini, Guillermo (editor) (2009 [2005]) *Mucho ruido y pocas leyes*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires

Baladrón M. (2009 [2005]) "La radiodifusión argentina después de la crisis del 2001" Mastrini, Guillermo (editor) (2009 [2005]) *Mucho ruido y pocas leyes*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires

Baranchuk M. (2009 [2005]) "La primera privatización de la época menemista" en *Mucho ruido y pocas leyes*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires

Bourdieu, M.V. (2009) *Pasión, heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina*, UNGS- Biblioteca Nacional

Bulla, G. (2009 [2005]) "Televisión argentina en los 60: consolidación de un negocio de largo alcance" Mastrini, Guillermo (editor) (2009 [2005]) *Mucho ruido y pocas leyes*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires

De Nicola, Guillermo y Gabe, Sebastián (2004), *De la tira semanal a la diaria. La economía y la TV de los 90*, Trabajo final de asignatura "Géneros radiales y televisivos", publicado en www.ilustrados.com

Di Gugliemo, Hugo (2010), *La programación televisiva en guerra*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires

_____, (2002), *Vivir del aire. La programación televisiva vista por dentro*, Norma, Buenos Aires

Druetta, Santiago (2011), *La televisión que no se ve*, Eduvim, Villa María, Córdoba

Juan, Victoria y Quinn, Margarita, "Las productoras idependientes en los ´90: una introducción desde la economía política", en *Revista de Economía Politica de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol IV, n. 2, Mayo/agosto 2002. Disponible en www.eptic.vom.br

Marino S. (2012) "Virtudes y dilemas de las Políticas de Comunicación del sector audiovisual (TV y Cine) en la Argentina de la LSCA", *Actas del XI Congreso Latinoamericano de Investigadores en Comunicación ALAIC*, realizado en Universidad de la República, Montevideo, Uruguay en mayo.

Mastrini, Guillermo (editor) (2009 [2005]) *Mucho ruido y pocas leyes*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires

Morrone R. y de Charras D, (2009 [2005]) "El servicio público que no fue. La televisión en el tercer gobierno peronista", en Mastrini, Guillermo (editor) *Mucho ruido y pocas leyes*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires

ISSN 1852-0308

Postolski G. y Marino S. (2009 [2005]) “Relaciones peligrosas:los medios y la dictadura, entre el control, la censura y los negocios”, en Mastrini, Guillermo (editor) *Mucho ruido y pocas leyes*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires

Rossi, D. (2009 [2005]) “La radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo privado-comercial”, en Mastrini, Guillermo (editor) *Mucho ruido y pocas leyes*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires